HUMANITIES AND SOCIETY SERIES

Consumer Culture and Postmodernism

消费文化与后现代主义



Mike Featherstone

[英国]迈克·费瑟斯通 著 刘精明 译

人文与社会译丛

刘东 黄平 主编

译林出版社

HUMANITIES AND SOCIETY SERIES

HUMANITIES AND SOCIETY SERIES

人文与社会译丛

消费文化与后现代主义

[英国]迈克·费瑟斯通 著 刘精明 译

译林出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费文化与后现代主义／（英）费瑟斯通(Featherstone,M.)著;刘精明译.-南京:译林出版社,2000.5
(人文与社会译丛)
书名原文:Consumer Culture and Postmodernism
ISBN 7-80567-991-6

Ⅰ.消… Ⅱ.①费… ②刘… Ⅲ.后现代主义-研究 Ⅳ.B089

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第48142号

书　　名　消费文化与后现代主义
作　　者　[英国]迈克·费瑟斯通
译　　者　刘精明
译　　校　渠敬东　黄　平
责任编辑　胡传胜
原文出版　Sage Publications, Ltd, London, 1991
出版发行　译林出版社
E-mail　yilin@public1.ptt.js.cn
W W W　http://www.yilin.com
地　　址　南京中央路165号(邮编210009)
照　　排　译林出版社照排中心
印　　刷　江苏新华印刷厂
开　　本　850×1168毫米　1/32
印　　张　8.375
插　　页　2
字　　数　192千
版　　次　2000年5月第1版　2000年5月第1次印刷
印　　数　1—5000册
书　　号　ISBN 7-80567-991-6/I·626
定　　价　14.20元
译林版图书若有印装错误可向承印厂调换

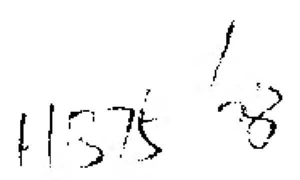
主编的话

刘　东

总算不负几年来的苦心——该为这套书写篇短序了。

此项翻译工程的缘起，先要追溯到自己内心的某些变化。虽说越来越惯于乡间的生活，每天只打一两通电话，但这种离群索居并不意味着，我已修炼到了出家遁世的地步。毋宁说，坚守沉默少语的状态，倒是为了咬定问题不放，而且在当下的世道中，若还有哪路学说能引我出神，就不能只是玄妙得叫人着魔，还要有助于思入所属的社群。如此嘈嘈切切鼓荡难平的心气，或不免受了世事的恶刺激，不过也恰是这道底线，帮我部分摆脱了中西"精神分裂症"——至少我可以倚仗着中国文化的本根，去参验外缘的社会学说了，既然儒学作为一种本真的心向，正是要从对现世生活的终极肯定出发，把人间问题当成全部灵感的源头。

不宁唯是，这种从人文思入社会的诉求，还同国际学界的发展不期相合。擅长把捉非确定性问题的哲学，看来有点走出自我囿闭的低潮，而这又跟它把焦点对准了社会不无关系。现行通则的加速崩解和相互证伪，使得就算今后仍有普适的基准可言，也要有待于更加透辟的思力，正是在文明的此一根基处，批判的事业又有了用武之地。由此就决定了，尽管同在关注世俗的事务与规则，但跟既定框架内的策论不同，真正体现出人文关怀的社会学说，决不会是医头医脚式的小修小补，而必须以激进亢奋的姿态，去怀疑、颠覆和重估全部的价值预设。有意思的



是，也许再没有哪个时代，会有这么多书生想要焕发制度智慧，这既凸显了文明的深层危机，又表达了超越的不竭潜力。

于是自然就想到翻译——把这些制度智慧引进汉语世界来。需要说明的是，尽管此类翻译向称严肃的学业，无论编者、译者还是读者，都会因其理论色彩和语言风格而备尝艰涩，但该工程却决非寻常意义上的“纯学术”。此中辩谈的话题和学理，将会贴近我们的伦常日用，渗入我们的表象世界，改铸我们的公民文化，根本不容任何学院人垄断。同样，尽管这些选题大多分量厚重，且多为国外学府指定的必读书，也不必将其标榜为“新经典”。此类方生方成的思想实验，仍要应付尖刻的批判围攻，保持着知识创化时的紧张度，尚没有资格被当成享受保护的“老残遗产”。所以说白了：除非来此对话者早已功力尽失，这里就只有激活思想的马刺。

主持此类工程之烦难，足以让任何聪明人望而却步，大约也惟有愚钝如我者，才会在十年苦熬之余再作冯妇。然则晨钟暮鼓黄卷青灯中，毕竟尚有历代的高僧暗中相伴，他们和我声应气求，不甘心被宿命贬低为人类的亚种，遂把逐译工作当成了日常功课，要以艰难的咀嚼咬穿文化的藩篱。师法着这些先烈，当初酝酿这套丛书时，我曾在哈佛费正清中心放胆讲道：“在作者、编者和读者间初步形成的这种‘良性循环’景象，作为整个社会多元分化进程的缩影，偏巧正跟我们的国运连在一起，如果我们至少眼下尚无理由否认，今后中国历史的主要变因之一，仍然在于大陆知识阶层的一念之中，那么我们就总还有权想像，在孔老夫子的故乡，中华民族其实就靠这么写着读着，而默默修持着自己的心念，而默默挑战着自身的极限！”惟愿认同此道者日众，则华夏一族虽历经劫难，终不致因我辈而沦为文化小国。

一九九九年六月于京郊溪翁庄

前　言

我最早对消费文化发生兴趣是在七十年代后期。那时，法兰克福学派及其他批判理论的倡导者们，在《泰勒斯》(Telos)与《新德意志批评》杂志上发表的许多精彩论述与评论，激发了我对这个问题的兴趣。有关文化工业、异化、商品拜物教和世界的工具理性化的种种讨论，将人们的兴趣从生产领域转向了消费和文化变迁过程。在我对老龄化这个(至少从社会与文化理论家的眼光来看)长期以来尚未被提高到理论化高度的问题进行研究时，这些对问题的概念化形式给予了我特别大的帮助。尽管就生活时间与历史时间的交错、代际经验、身体与自我的关系而言，老龄化研究提出了许多重要的理论问题，但是，有一点很清楚，人们很少联系到文化变迁的实质过程来探讨它们。批判理论家及其他人的研究(尤其是埃文[1]，1976)，注重媒体、广告、影像及好莱坞模式等的重要作用，为弥合这一缺陷架起了一座有益的桥梁，并且进而提出了它们何以能够影响人们身份地位的形成和日常生活的实践等问题。此时我正在与迈克·赫普沃斯合写一本书，在该书中，我们将中年重新定义为“中青年”中更为活跃的一个人生阶段。我们对新市场的发育，对那种特别关

[1] 有关本书的英文人名，请参见《附录：中英文人名翻译对照》，下同。——译注

注“中青年”如何能够保持年轻、健美的消费文化生活方式的蔓延，作出了看起来是更合理的解释。这个观点在一九八一年提交英国社会学学会的一篇题为《老年与不平等：消费文化与中年的重新定义》的文章中得到了详尽的阐述（费瑟斯通与赫普沃斯，1982）。接着我又发表了一个更为理论化的小文章《消费文化中的身体》（费瑟斯通，1982），后来，一九八三年，《理论、文化与社会》杂志就消费文化问题特别出了专刊。

今天，尽管人们对“消费文化”一词的兴趣和对它的使用与日俱增，阿多诺、霍克海默、马尔库塞及其他批判理论家的理论却不再被看成是很有意义的了。他们的方法取向，是通过对今天看来已经站不住脚的关于真实个体与虚假个体、正确需求与错误需求的区分，对大众文化进行精英主义式的批评。普遍的看法是，他们瞧不起下里巴人式的大众文化，并对大众阶级乐趣中的直率与真诚缺乏同情。而对后一点的强烈赞同正是人们转向后现代主义的关键。然而，尽管在分析消费文化时，出现了大众主义[②]的转向，但批判理论家们提出的问题，诸如“如何区分文化的价值？”“如何进行审美判断？”以及与实践问题相关的“我们应该怎样活着？”等等，可以说实际上并没有被取消，而仅仅是被搁置到一边罢了。

这里，我的兴趣在于一种具有反思性的观点，它在后面关于后现代主义的章节中体现得最为明显，而相关的问题是：我们怎样、为什么选择这样一个独特的参考框架和评论视角？如果在对消费以及诸如消费文化之类的概念进行研究时，研究者得以

---

② Populist，与民粹主义是一个词，但是考虑到“民粹主义”在中文里专指一八六〇至一八七〇年代的俄国民粹主义，而本书中 Populist、Populism 则指社会一文化理论中的非精英/反精英主义，与俄国民粹主义有很大不同，故译作大众主义，以与大众文化对应。——译注

使自己的研究方式进入到社会科学和文化研究的主流当中，那么这又意味什么？消费与文化，这在过去一直都只是一种附带性的研究题目，直到最近还仍然被认为是派生的、边缘性的、女性化的，是生产和经济这些更男性化的中心领域的对立物，现在它们是怎样在对社会联系与文化表征的分析中被赋予了更为重要的地位？难道我们已经进入到一个文化与消费两者都在社会组织内或社会间组织中起着更为关键作用的新阶段了吗？贝尔、鲍德里亚以及詹明信是以不同的方式对这一主题进行研究的。关于我们已进入到一个"资本主义"或消费资本主义的、"工业化"或后工业抑或信息社会的、"现代性"或高度现代性抑或后现代性阶段的理论假设，确实具有新颖独特的色彩，它们足以使我们用一种全新的概念去关注问题。但是，除此以外，我们还必须面对这样一种可能性，即不是客观现实发生了变化，而是我们的认知发生了变化。这与马克斯·韦伯的警句正相吻合：每个人所看到的都是他自己的心中之物。所以，我们有必要去研究这些观念在文化人（艺术家、知识分子、学者、媒介人）中的概念形成和消解过程。这使我们注意到发生在专家们的文化场域及各子域中的某些特殊的过程：已确立优势地位的主导者与外围者（Established and Outsiders ）之间为争夺垄断并巩固符号等级秩序而进行斗争的过程。只有从严格的文化模型、阐释、概念性工具、理论的意义上，去试图阐明那些影响着专家们的文化生产的过程，即文化专家们不断变化着的实践、他们之间的相互依赖关系及权力平衡关系，才能更好地阐释我们关于"外边那个文化"（culture out there）的认知和评价。这样一个难题，即专家们各式各样并且捉摸不定的文化的专门模式和意指体系，与构筑我们每日每时活生生的文化结构的实践之间的关系，不仅对于理解人们为何转向对大众的、流行的、消费的文化作出肯定或否定

的评价具有重要意义，而且，我认为，这也是理解后现代主义的关键。就我自己而言，对后现代主义的兴趣是我在试图理解消费文化时，碰到了许多难题后激发出来的，也是我去探索由贝尔、詹明信、鲍德里亚、鲍曼及其他人所提出的关于消费文化与后现代主义的直接关系而引发出来的。

所以，在本书的许多章节中，我也流露出了对由于后现代主义的兴起而产生的一系列令人困惑的问题的关注。在这些章节中，我不仅尝试着把后现代当作由艺术家、知识分子、或其它文化专家所发动的后现代主义文化运动来研究，而且还去探究严格意义上的后现代主义，是如何与可被称之为后现代的日常生活体验及实践中广义的文化变迁相联系的。不应仅仅把文化专家们看作是在某种简单关系中，被动地充当着对文化变迁的标志和轨迹的特殊而修养有素的接受者、说明者、阐释者。他们在教育和培养观众③的过程中所扮演的主动角色和兴趣，也必须加以研究，而且，这些观众也凭借后现代这一称谓而对如何理解一系列独特的体验与文化产品变得敏锐起来。这也表明，文化专家与其它经济的、政治的、管理的及文化媒介的专家群体之间的相互依赖关系及权力斗争，发生了重要变化，这种变化影响了他们对知识、文化导向手段和文化产品的垄断与反垄断的能力。简单地说，我们不仅需要去问"什么是后现代?"这样一个问题，而且还要问：我们为什么、怎样才能对待这个特殊的问题？所以，不论是否有人把实际的文化变迁与社会过程当作超越现代、向后现代转变的证据，我们都需要去探求人们之所以能够肯定

---

③ "观众"，原文是 audience，英文中有观众、听众、读者等意思。原著中，多数情况下，audience 都均包含了这三个涵义，是指文化产品的接受对象。为叙述简便起见，本书中文的翻译以"观众"一词来代表其余两层涵义。——译注

地接受后现代概念、以及后现代作为一种强有力的文化形象出现之所以可能的那些条件。

从高度抽象的层次上说，虽然根据一系列具体的特征，将西方社会历史中某一特殊的大断裂时期定义为"现代性"，并假定我们现在已经离开此"现代性"的核心而走向了别处，似乎是十分合理的。但是，这样定义本身就很成问题。这里的危险性在于，我们越是考虑那些当初被认作现代性的负面因素所形成的一系列相反特征，它们就越是捉弄人似的体现在我们的生活中，并似乎正在不断地变为现实。以前那些迷恋秩序、合作和系统性整体等观念的人，现在学会了去运用那种强调无序、模糊与差异的新认识框架来看待问题。然而，这并不是向"后现代性"迈出的一大步：后现代这个词，包含重大时代转变之意，它的可信性是从诸如后工业社会、信息社会这样同样具有思辨色彩的术语中推演出来的。一种高度抽象的演绎性理论，本身无所谓错误，除非它想试图借助超越经验研究（或者证明自己并不需要经验研究）来显示自己的可靠性，并使自己由此而取得合法性。遗憾的是，"后现代"及其相关语族中的词语常常就处于这种情况。的确，有些人就认为，后现代主义意味着我们必须设法贬斥和废弃旧式的方法论，而不是去研究后现代，确切说，他们要我们去实践后现代主义，并建构出后现代的社会学。

这样，本书的中心目的就是去试图阐明后现代主义是如何兴起的，又如何成为一个强有力的、富有影响的文化意象的。也就是说，后现代主义并非仅仅是失去了影响的知识分子为使自己的权力潜能得以实现而精心设计出来的一个"人为的"东西。恰恰相反，它所提出的问题，涉及到知识和文化的生产、传递、传播等各个方面。本书各章还将认真探索被标识为后现代主义的种种体验和实践，并努力去研究和理解与这一范畴相关的各种

更加宽泛的社会现象。然而，当我们直接面对这些实际的体验和实践的时候，我们就会清楚地发现，在所谓后现代、现代性、甚至前现代的体验、实践之间，有着很大的相似性。因此，这就要求我们废弃那些诸如“传统”、“现代”、“后现代”之类的简单的二分法或三分法，而去关注那些最好被称为“跨现代”（trans-modern，它的相关范畴是“跨现代性”，trans-modernity）的体验与实践中的相似性和连续性。正是这样一些理论主题，这样一些理解当代社会中文化的重要性与文化作用的扩张所必需的概念及定义方面的问题，使得后现代变得如此饶有兴味。

这样一些关于文化与社会关系的理论问题，在本世纪八十年代就已经出现了。这些理论表明，过去我们在很长的时间内，一直是直接从社会的角度以社会结构这个概念去分析文化的，但是现在，我们关于文化的概念需要从基本意义上作一次大的修正。的确，很难把后现代问题与对文化进行理论概括的兴趣分离开来，因为正是这种引人瞩目的兴趣，才把后现代问题从一个边缘地位推向了各种学术领域的中心。这也反映在我们编辑《理论、文化与社会》杂志的许多特刊时，对后现代主义所寄予的关注。哈贝马斯与福科之间的争论，是使我最早留心这个问题的契机，它促使我为《理论、文化与社会》编辑了“现代性之命运”的特刊（1985，2[3]）。对这期特刊的准备及后来的连续反响，很清楚地表明，后现代主义问题需要从更广和更全的意义上去对待。这促使《理论、文化与社会》后来出版了“后现代主义”这本合期特刊（1988，5[2－3]）。我还清楚地记得，当时，对后现代主义是否仅仅是一个正在消失的时尚或者仅仅是某种短暂的流行术语，还存在着大量的怀疑。现在，很清楚，后现代主义比时尚更有生命力，并且也看得出来，它能在一个相当长的时期内继续保持其强劲的文化影响力。这就是为什么社会科学家及其他人

对后现代主义如此感兴趣的原因所在。然而，即使在这种情况下，我们仍然可以看到，是否已经出现了一个能够被整合到现有概念体系中去的关于后现代的社会科学概念，抑或更有甚于此，xi 正出现(或正需要)一个全新的概念模式和认知框架，尚需拭目以待。诚然，对于那激发出如此巨大的社会和文化理论难题的后现代的出现，我们只能以双臂相迎。

我要感谢在《理论、文化和社会》杂志中的所有的同事和朋友对我编辑此书的帮助和鼓励。我尤为感激与我详尽地讨论过许多观点的迈克·赫普沃斯，罗兰德·罗伯逊和布莱恩·S.特纳。我还要感谢斯蒂芬·巴尔、齐格蒙特·鲍曼、斯蒂夫·贝斯特、约瑟夫·布莱切尔、罗伊·博伊恩、大卫·钱雷、诺尔曼·邓金及罗伯特·埃利亚斯、乔那森·弗雷德曼、汉斯·哈菲坎普、道格·科尔纳、理查德·克尔明斯特、阿瑟·科洛克尔、斯科特·那希、汉·莫马斯、斯蒂芬·曼内尔、卡罗·蒙嘎切尼、乔治·斯道斯、弗雷德里希·泰恩布鲁克、威廉·凡·雷詹、安迪·韦尼克、克斯·乌泰斯及德雷克·威尼对我的帮助和鼓励，我与他们讨论了本书中提出的许多研究主题。此外，我还要提及在提塞理工学院(Teesside Polytechnic)社会研究与管理系的同事们对我的慷慨支持，特别是劳伦斯·塔斯克和奥利佛·科尔撒德对我在编辑《理论、文化与社会》这个独立期刊方面所提供的组织支持与鼓励，它在我增进和保持对后现代问题的兴趣方面是至关重要的。我还要感谢詹·康奈尔、马丁尼·梅尔伯和数据室对本书各章节的许多修改的细致耐心的打字输入。

本书各章节的原出处是：

1.《现代与后现代：定义与阐释》于一九八八年二月在伦敦大学哥德斯密斯学院、一九八八年三月在特里特大学比特波罗分校的讨论课上宣读过，一九八八年五月在意大利阿马尔菲的

阿马尔菲欧洲社会学奖大会上亦作过宣讲。一九八九年六月，此文修改后，在里斯本的社会学研究与调查中心曾作过演说。当时的题目是："对后现代的追求"，发表于《理论、文化与社会》(1988年5[2-3])。

2.《消费文化理论》是一九九〇年发表于《社会学》(24[1])上的一篇论文《消费文化的视角》的修订稿。

3.《通向后现代文化的社会学》曾于一九八七年五月利兹大学的理论课上及一九八七年六月在不来梅的"关于社会结构与文化的欧洲社会学理论团体会议"上作过演讲，并先后以英文、德文等文字分别于一九八九与一九九〇年被收入H.哈菲坎普主编的《社会结构与文化》(Berlin: de Gruyter)。

4.《文化变迁与社会实践》曾于一九八七年五月，由国际文学与哲学协会的道格·科尔纳在堪萨斯的劳伦斯组织的对弗雷德里克·詹明信著作的研讨会上宣读过。修改后发表于D.科尔纳主编的《后现代主义／詹明信／批评》一书中(华盛顿：Maisonneuve出版社，1989)。

5.《日常生活的审美呈现》最初是一九八八年四月在新奥尔良的"大众文化协会大会"上的讲演，同年九月在哥本哈根的"作为历史的现代性大会"上及同年十月在瑞典伦德大学(Lund University)的讨论班上也作了相同演讲。此文被收入S.那希及J.弗里德曼主编的《现代性与认同》一书(牛津：Basil Blackwell)。

6.《生活方式与消费文化》最早是于一九八五年十二月为在提尔伯格大学的"日常生活，闲暇与文化大会"上的提交的论文，后来被收录在恩斯特·梅吉尔主编的《日常生活：闲暇与文化》(Tilbury, 1987)并于一九八七年发表于《理论、文化与社会》杂志(1987,4[1])。

7.《城市文化与后现代生活方式》是为一九八九年六月在罗特德曼的"第七届欧洲闲暇与娱乐协会关于未来城市的代表大会"提交的演说论文，发表于会后由 L. J. Meiresonne 主编的论文集《未来的城市》(The Hague: Stichting Recreatie,1989)。

8.《消费文化与全球失序》是一九八七年于西印度群岛圣·马丁举行的"宗教及寻求全球秩序大会"上的演说论文，它被收入 W. R. Garrett 与 R. Robertson 主编的《宗教与全球秩序》一书(New York: Paragon House)。

9.《共同文化抑或非共同文化》最早是为高等教育基金会一九八九年三月在牛津圣安娜大学的"高等教育价值会议"提出的论文，此文修改后发表于《高等教育反馈》杂志一九八九年十二月第四期。

目　录

前言 ………………………………………………………（1）
第一章　现代与后现代：定义与阐释 ……………………（1）
现代性与后现代性…………………………………………（4）
现代化与后现代化…………………………………………（8）
现代主义与后现代主义……………………………………（9）
第二章　消费文化理论 ……………………………………（18）
消费的生产…………………………………………………（19）
消费方式……………………………………………………（22）
消费梦想，影像与快感 ……………………………………（30）
结论…………………………………………………………（38）
第三章　通向后现代文化的社会学 ………………………（41）
社会学中的后现代主义……………………………………（41）
文化与知识场域中后现代主义的发展……………………（54）
新型文化媒介人与后现代主义之中心……………………（65）
后现代主义与生活的审美呈现……………………………（71）
第四章　文化变迁与社会实践……………………………（74）
晚期资本主义与社会实践…………………………………（76）
体验与实践…………………………………………………（82）
权威与文化实践……………………………………………（89）

第五章　日常生活的审美呈现 …………………… (94)
日常生活的审美呈现 …………………………………… (95)
现代性 …………………………………………………… (105)
中产阶级与"狂欢"的控制 ………………………… (114)
小结 ……………………………………………………… (119)
第六章　生活方式与消费文化 …………………… (121)
消费文化 ………………………………………………… (123)
文化商品的经济与生活方式的社会空间 ………… (127)
第七章　城市文化与后现代生活方式 ………… (139)
后现代城市文化 ……………………………………… (143)
文化资本、新贵聚居区及生活风格化 …………… (154)
结论 ……………………………………………………… (159)
第八章　消费文化与全球失序 ………………… (163)
消费文化与神圣性 …………………………………… (165)
后现代主义与文化失序 ……………………………… (177)
第九章　共同文化抑或非共同文化？ ………… (186)
共同文化命题 ………………………………………… (188)
共同文化的形成 ……………………………………… (192)
大众文化与向后现代主义的转变 ………………… (197)
结论 ……………………………………………………… (206)
第十章　总结性评论：多样性的全球化进程 …… (208)
参考书目 ………………………………………………… (214)
索引 ……………………………………………………… (241)

第一章　现代与后现代:定义与阐释

谁要是提起“后现代主义”这个词,谁就可能有立刻招徕责难的危险:你是在赶风头、追求肤浅十足、毫无意义的知识时髦。这里的问题之一,是这个词流行起来非常快,但是要去定义它却不那么容易,它是那么惹人激恼地难以捉摸。如《现代流行观念词典》就说,“这个词没有什么意义,却被人们尽可能地经常使用。”(《独立》,1987,12,24)在十多年以前的一九七五年八月,一家报纸则宣称,“后现代主义已经死了。”并且说“现在已经是后一后现代主义”的时代了。(帕尔默,1977:364)如果后现代主义是一种稍纵即逝的时尚,那么,批评家们很清楚,究竟谁应对把后现代主义搞得如此招摇负责。“今天那些在学院或大学讲堂里,囿于自己的研究领域作书本研究而领取薪水的理论家们,不得不去发明一些新的运动,这是他们赖以生存的职业所需(这与矿工和渔夫没有什么两样)。他们越是能更多地命名这些社会运动,便越是能显示他们事业的成功。”(坡利,1986)另一些批评家则认为,这样的策略不只是知识和学术领域中的内在运动,而且还是“当代文化心灵深处之疯狂”的一个清楚的晴雨表和指示器。因此,“不难想象,目前学术、建筑、音乐、电影、戏剧与小说中的后现代文学与美学倾向,可以理解为是对当今席卷西方世界的政治反抗浪潮的一种反映。”(戈特,1986)但是,显而易见,我们并不能就此把后现代主义看成是对社会变迁的

一种反应或机械映射，也不能因某些分隔游戏与这个词有所巧合而去谴责那些学者与知识分子。即使某些报纸评论员和所谓“准知识分子”（para-intellectuals）在用到该词的时候，总抱以调侃或轻蔑的态度，这也证实了后现代主义在吸引一个较大的中产阶级观众群体时，拥有足够的感染力。很少有其它新的学术词汇能如此受到大众欢迎。它不仅仅是一个学术术语，因为它不仅从艺术“运动”中获取动力，同时，由于它还可用来谈论人们正经历的文化变迁，因而吸引着更多的公众兴趣。

在我们考察后现代观念的传递与传播的方式之前，我们需要对一般地包容涵括在后现代主义概念之下的现象范围，有一个较清楚的认识。所以，在我们决定后现代主义的政治谱系之前，或者把它仅仅当作一个短暂的摇摆不定的时尚加以废弃之前，我们有必要认真研究学术界内外由此所产生的巨大兴趣、乃至激动之情，应该去探究那些理论家们所演绎和标识为后现代的文化客体、体验、实践的范围。

最初，“后现代主义”一词所涉及的艺术、知识与学术领域的范围之广，令人惊异。它们包括音乐（凯奇，斯多克豪森，布列尔斯，霍罗威，特雷迪奇，劳里·安德森）、美术（劳申伯格，贝斯里兹，马赫，斯纳贝尔，基菲尔，也许还应该包括沃玻尔及其六十多个流行作品，还有其他人，如培根）、小说（凡内格特的《第五屠宰房》，及巴思、巴泰尔梅、派恩孔、巴勒斯、巴拉德、多克特罗的小说）、电影（《体热》，《婚礼》，《蓝色天鹅绒》，《阉羊》）、戏剧（阿托德的戏剧）、摄影（谢尔曼，莱文，普林斯）、建筑（詹克斯，凡杜里，波林）、文学理论与批评（斯潘诺斯，哈桑，桑塔格，费尔德）、哲学（利奥塔，德里达，鲍德里亚，瓦蒂摩，罗蒂）、人类学（克里福德，泰勒，马尔库塞）、社会学（邓金）、地理学（索嘉），等等。无疑，这里哪些人的名字该列入其中，哪些人不该列入，可能会引

起某些争议。以小说为例,如林达·哈钦(1984:2)所论,一些人希望将高嘉·马奎兹,甚至塞万提斯的小说归入后现代主义旗下,而另外一些人就认为他们是属于新巴罗克(New-baroque)风格或巴罗克风格的,斯科特·拉什则把达达主义看作是后现代主义的先锋。(拉什:1988) 有些人在创作或写作的时候,并没有意识到"后现代主义"一词的存在,而另一些人则是尽力去挖掘后现代主义的题材,并积极地使之升华。就这样,对"后现代主义"怀有浓厚兴趣的批评家、"准知识分子"、文化媒介人与学者,将这一词汇扩散到不同民族、不同国家的广大的人群之中去了(这也是某种意义上所说的文化全球化);为加快这一词汇在各学术领域与艺术领域之间的交换和循环速度,就需要、也必须对各自的相邻学科领域的发展倾以更多的关注。从这种意义上讲,当每个具体领域的评介者们为培养新的观众,从而对该词语的复杂历史及其术语用法进行复述与解释的时候,理解"后现代"一词的意义,将最终趋于更大的一致。

确定后现代主义一词的原初含义,对搞清源于"后现代"一词的语族是很有帮助的。如果再与那些源于"现代"一词的语族进行对比,理解起来将会更容易些。

现代:	后现代:
现代性(modernity)	后现代性(postmodernity)
现代性(modernité)	后现代性(postmodernité)
现代化(modernization)	后现代化(postmodernization)
现代主义(modernism)	后现代主义(postmodernism)

如果"现代"和"后现代" 是两个生成词汇,那么,很显然,前缀"post(后)"指的是继"现代"而来,或是与现代的断裂和折裂,

这个概念正是通过反向区分的方法来定义的。不过，随着明确地强调两者之间的前后关联，“后现代”一词，更多强调的是对现代的否定，是一种认知的扬弃，它肢解或消解了“现代”的一些确凿无疑的特征。这使“后现代”这个相对不好定义的词汇，成为我们假想的一个时代转折的起点，而不是根据后现代自身的特征来将它看作一个确定而完全成熟的事物。记住这些，我们就可以来仔细考察这两组词语了。

现代性与后现代性

这两个词包涵有时代的涵义。像关于古代人与现代人之间关系的争论一样，一般说来，出现于文艺复兴时期的现代性，也是相对于古代性(Antiquity)而加以定义的。从十九世纪末、二十世纪初的德国社会学理论(目前，现代性这个词的许多意义都是从那里引申出来的)来看，现代性是与传统秩序相对比而言的，它指的是社会世界中进化式的经济与管理的理性化与分化过程(韦伯、滕尼斯、齐美尔)，人们经常以鲜明的反现代目光来审视现代资本主义工业化国家的形成过程。

结果是，说起后现代性，就意味着一个时代的转变，或者说，它意味着具有自己独特组织原则的新的社会整体的出现，意味着与现代性的断裂。这就是在鲍德里亚、利奥塔(某种程度上还包括詹明信)所叙说的一种变迁的秩序。(科尔纳，1988)鲍德里亚和利奥塔都假定有一个走向后工业时代的运动。鲍德里亚(1983a)强调，从生产性(productive)社会秩序向再生产性(reproductive)社会秩序转变的过程中，技术与信息的新形式占有核心地位：在再生产性社会秩序中，由于人们用虚拟、仿真的方式不断扩张地构建世界，因而消解了现实世界与表象之间的区

别。利奥塔(1984)所谈论的后现代社会或后现代时代，主要是向后工业社会秩序的发展。他的特殊兴趣是“社会的计算机化”(computerization of society)对知识的影响，他认为，不应该为后现代中意义的丧失而悲哀，因为它表明的正是语言游戏的多样性代替了宏大叙述性知识，地方主义代替了普遍主义。然而，利奥塔像其他许多使用此一语族的人一样，有时也把一个词的使用移植到下一个词上，并且置换其用法。最近，他又喜欢强调后现代是现代的一部分。例如，在《规则、悖论和斯韦尔特附录》中，他写道：“‘后现代’也许是一个很坏的词，因为它传播着历史具有‘阶段化’(periodization)特征的观念。然而，‘阶段化’，至今仍然是一个‘经典的’或‘现代的’理念。简单地说，‘后现代’指的是一种情绪，或更准确地说，是一种心灵状态。”(利奥塔，1986—7:209) 在《后现代状况》一书中，利奥塔使用后现代性一词的另一个兴趣点是伴随后工业社会运动的知识变迁。他一直认为，这一变迁发生在资本主义内部。在该书中，他强调了一些批评家们的论点，认为他自己的著作尚未从理论上对走向后现代社会的运动作出概括。(见科尔纳，1988) 从某种程度上说，利奥塔假定了后现代运动的存在，他既提供了关于后现代运动的“宏大叙事”(grand narratives)，同时也因坚持更为碎片化的“情绪”或“心灵状态”的观念，又抛弃了宏大叙事。因此，要避免因此而遭受谴责是比较容易的。可对詹明信(1984a)来说，后现代是一个更为明确的阶段化概念，他不愿意把后现代主义看作是一个时代的转变，而相反，它是起源于二战以后的资本主义第三大阶段，即晚期资本主义的文化支配或文化逻辑。 4

利奥塔关于后现代情绪或心灵状态的召唤，把我们引入了对现代性后现代性的第二层涵义的探讨。法语里现代性(modernité)的用法，指的是现代性体验。在这里，现代性被看

成是现代生活质量,它产生非连续性的时间意义,它是与传统的断裂,对新奇事物的感觉以及对生命之短暂的敏锐感受,通过它,我们感知现实生活的短暂性与偶然性。(见弗里斯比,1985a)这就是与波德莱尔的观点相关的关于现代的涵义,如福科(1986:40)所说,这个意义上的现代性,需要的是一种现在的反讽英雄化(ironical heroicization)过程:现代人乃是持续不断地努力创造他自己的人。这就是在新的城市空间和初生乍起的消费文化中理解生活体验的企图。它发展于十九世纪后半期,戴维·弗里斯比(1985b)在他的《现代性碎片》中认为,正是齐美尔、克拉克尔和本雅明等人的著作,为现代的日常生活理论的形成提供了动力。现代性体验也形成了马歇尔·贝尔曼的著作《一切坚固皆化为烟云》(All That is Solid Melts into Air)(1982)一书的主题。在这本书中,他把视像(visions)和习语(idioms)看成是伴随现代化过程而产生的东西,并把它们都归结在"现代主义"这个范畴之下。在此,贝尔曼讨论了现代的感受性问题。他认为,从十八世纪的卢梭和哥德,到十九世纪的马克思、普希金、陀斯妥耶夫斯基,这种感受性在这些文学与知识领域的典型人物那里,都一直是十分显著的。

不过,除了在把现代主义当作现代化过程中的整体性经验与文化时,混淆了现代主义一词的用法外,贝尔曼及许多试图勾勒后现代性的相应体验的人,还都注重于一种特别局限的体验概念,这多表现在一些文学材料之中,并为知识分子们所剪裁。但是,我们不得不提出社会学的观点来反对文学知识分子在阐释日常生活或在提供普通人以日常生活证据时的解释专利。当然,某些知识分子也许很好地表达了现代性的震撼与惊诧之类的体验。但是,从(相对限制的)现代性或后现代性的主观体验,到不同群体的日常生活中的真实实践和活动之间,我们还需一

次飞跃。当然,主观体验的描述也许在知识的实践中,在解释这些敏锐感觉以培养特殊受众的实践方面,是有意义的。但是,就此推断出任何更一般化的论断,都需要仔细推究。

为举出一个假想的后现代性体验的例子,我们可参考一下詹明信(1984a)对洛杉矶波拿文图拉宾馆的描述。在此,詹明信对新的后现代高层空间建筑的体验,给出了一个极精彩的解释。他认为,此类高空体验迫使我们的大脑神经系统和身体感官都极度扩张。可问题是,对于不同文化背景中的个体实际上是如何感受此类宾馆的,我们几乎不能知晓,抑或退一步来说,我们并不清楚他们是如何把这种体验与他们的日常生活的实践整合在一起的。也许,如果要他们用后现代来解释这些体验,就需要为他们提供一些指导,使他们对自己尚未完全意识到的东西作出有意义的解释;或者通过一些并非恰当的符码来对这些东西予以观察。因此,如果我们要去理解产生后现代性体验的社会原由,理解有关后现代性体验的解释,就得为那些有志于创造后现代学说来教育大众的文化企业家及文化媒介人,留出足供他们发挥作用的空间。与此相同的是,詹明信认同了另外两个与上述体验相同的后现代文化特征:真实的实在转化为各种影像;时间碎化为一系列永恒的当下片断(fragmentation of time into a series of perpetual presents)。这里,我们可以举出一个兼具有这两种特征的例子来,这就是媒体。在关于后现代感受性问题的种种讨论中,媒体逐渐成为讨论的焦点(这使我们想起鲍德里亚关于仿真世界的例子,"电视就是世界")。不过,一些理论家们在讨论关于"他者"(the Other)的所有复合多元主义和感受性时,很少涉及到不同情景中不同群体观看电视的实际体验与实践。相反,后现代的理论家们所经常谈论的,却是那样一些观看音乐电视频道的观众。这种画面跳跃闪烁的 MTV,近乎为一

种研究的理想类型。观众们如此紧紧的跟踪着变换迅速的电视图像，以致于难以把那些形象的所指，连结成为一个有意义的叙述，他（或她）仅仅陶醉于那些由众多画面跌连闪现的屏幕图像所造成的紧张与感官刺激。然而明显缺乏的证据是，这些实践是如何进一步展开、又是如何整合或者影响活生生的个人之间的日常生活际遇的？因此，尽管个性化的后现代性体验是非常重要的参数，但我们更需要较为系统的经验数据，而不能仅依赖于知识分子们所撰写的读物。事实上，我们应该去集中讨论真实的文化实践，去关注那些从事后现代文化产品的生产、分类、流通及消费的群体之间不断变化着的权力平衡。而下面讨论就进入后现代主义问题的核心了。

6 现代化与后现代化

表面看来，这两个词都似乎不幸地介于现代性—后现代性、现代主义—后现代主义的讨论之间。发展社会学经常用现代化来表示在传统社会结构与价值之基础上的经济发展的结果。现代化理论也常常用来指涉以工业化、科学与技术、现代民族—国家、资本主义世界市场、城市化和其它基本结构要素的增长为基础的社会发展阶段。这个用法与我们前面讨论的现代性之第一层涵义非常相近。它根据一个不太严格的基础—上层建筑模式来一般地假定，确切的文化变迁（世俗化和以自我发展为中心所导致的现代性认同的出现）是现代化过程之后果。很显然，如果我们由此而转入对后现代化过程的分析，就必须理论地勾勒那些随特定社会过程与制度变迁而来的细微轮廓。因此，我们就完全有可能从上面提到的那指涉新的社会秩序与时代转变的“后现代性”一词的用法中，推导出“后现代化”概念。例如，鲍德

且占有支配地位的交换价值设法消除商品在人们记忆中原有的使用价值的痕迹，人们又是怎样从商品中自由地获得其次级的或代用的使用价值的呢？（罗斯，1978:25）商品自由地承担了广泛的文化联系与幻觉的功能。独具匠心的广告就能够利用这一点，把罗曼蒂克、珍奇异宝、欲望、美、成功、共同体、科学进步与舒适生活等等各种意象附着于肥皂、洗衣机、摩托车及酒精饮品等平庸的消费品之上。

让·鲍德里亚利用卢卡奇（1971）和列非伏尔（1971）的商品化理论，也同样强调了商品的残酷逻辑，并得出了与阿多诺相似的结论。所不同的是，鲍德里亚（1970）的理论应用了符号学，他认为消费必然导致对记号进行积极的操纵。这是记号与商品联合生产"商品—记号"的晚期资本主义的核心。能指（signifier）的自主性意味着通过诸如媒体与广告对记号的操纵，使记号自由地游离物体本身，并运用于多样性的相关联系之中。鲍德里亚所发展的商品逻辑的符号学，使他对马克思的理论发生了唯心论的偏离，从对唯物主义的强调，转向了对文化的强调。（普雷特塞尔和特莱尔，1985）这在鲍德里亚（1983a、1983b）后来的论著中表现得更为明显。他在后来的作品中，从对生产的强调转向了对再生产的强调，也即转向了由消解了影像与实在之间区别的媒体无止境地一再复制出来的记号、影像和仿真的强调。因此，随着社会生活的规律的消解，社会关系更趋多变、更少通过固定的规范来结构化，消费社会也从本质上变成了文化的东西。记号的过度生产和影像与仿真的再生产，导致了固定意义的丧失，并使实在以审美的方式呈现出来。大众就在这一系列无穷无尽、连篇累牍的记号、影像的万花筒面前，被搞得神魂颠倒，找不出其中任何固定的意义联系

这就是后现代，詹明信（1984a、1984b）所说的"无深度文

15

化”。詹明信的后现代文化概念受到了鲍德里亚作品的强烈影响(见詹明信,1979),他也把后现代文化看作是战后晚期资本主义的消费社会文化。在这个社会中,从“社会生活中的一切都是文化”的意义上讲,由于到处都渗透着记号与广告语言,文化也就被赋予了新的意涵。这种“记号与形象的熔解渗透”,也被当成是消解高雅文化与大众文化之区别所必需:与“严肃”的高雅文化一样,“拉斯维加斯”式的通俗文化,同样可以为人们所接受。(詹明信,1984b:112) 在这一点上,我们应该注意到这样一种假设,即消费资本主义社会的一般逻辑,引申出了后现代主义。后面我们将回这个问题上来,去讨论影像、欲望以及消费文化中的审美维度。

很显然,消费生产的理论方法在阐释实际的消费实践与体验的时候,遇到了困难。法兰克福学派认为,文化产业产生了一种威胁个性与创造性的同质性大众文化[1],但由于其精英主义的论调,在考察复杂而又差异纷呈的观众反应及对商品使用的实际消费过程时,显得无能为力。这正是他们遭到人们的批评的地方。(斯温吉伍德,1977;本内特等,1977;吉尔纳,1979;B. S. 特纳, 1988;斯道斯与特纳, 1988)

消费方式

如果说,“资本逻辑的运作起源于生产”这个论断是成立的话,那么也可以说,存在这样一种“消费的逻辑”,它表明有一种

① 并不是法兰克福学派的所有人都持有这种观点。劳温特尔(1961)强调了十八世纪大众图书市场的民主潜力。斯温吉伍德(1977)发展了这种观点,使之成为对大众文化理论的一个强有力的批评。

社会性的结构方式,也即当人们消费商品的时候,社会关系也就显露出来。当人们的购买行为在越来越多的自由时间(包括维持日常的常规活动时间及闲暇时间)中起到媒介作用的时候,说及商品的消费,就会立即使人想起人们所消费、购买的一系列广泛的商品。这包括对耐用消费品(我们在维持常规活动及在闲暇时间使用的商品,如冰箱、汽车、音响设备、照相机)与非耐用消费品(如食物、饮料、服装、护肤品等)的区分,也包括花费在每个部分上的收入比例的不断变化。(赫希曼,1982,第2章;莱斯、克莱恩与哈利,1986:260)我们也需要依据从生产到消费的过程,去注意一些物品以商品状态出现或者退出商品状态的方式,注意它们所拥有的不同生命时限。食品与饮料通常只有很短的时限,尽管不是在所有的情况下都是如此。例如,一瓶陈年佳酿葡萄酒,也许会赢得极高的声誉及其绝对的优越性,这意味着它从来没有被消费过(开过瓶,并被饮用),尽管它又以不同的方式被象征性地消费着(被人长久凝视、梦寐以求、品头论足、照相和拿在手里摆弄来摆弄去),使人获得了极大的满足。然而就在这种意义上,我们可以说它表明了当代西方社会中商品的两个象征层面:象征的手法不仅存在于生产过程和市场过程的设计与形象之中,而且,为强调生活方式对社会地位差异的区分,商品的象征属性也会被人们利用和重新调整。(莱斯,1978:19)

在某种情况下,对某种物品的购买,也许是为了通过高额的交换价值(这里经常提到的是红葡萄酒的价格)来取得声望,这种情况,例如凡勃伦的"炫耀型消费",在旧式的破落贵族被迫向暴发的新富交出权力的社会中尤为明显。相反,也有一些商品已经从商品状态中分离出来。礼品和遗产,从其加强人际关系的象征功能、激发接受者的记忆来看,对它们的接受也许就是非

商品化的,其价格毋庸标明。从这个意义上讲,那种变卖它们或一定要为它们估定出一个价格的企图,都是一种极坏的品味(taste)。(罗切伯格—哈尔顿,1986:176)艺术的、或为仪式而生产的、因而赋予了独特的象征意义的物品,经常被排斥在商品交换之外,或者说不允许它们长久地以商品形式存在。但与此同时,它们又自诩神圣,拒绝进入世俗市场,拒绝接受商品的交换价值,这反倒提高了它们的身价。其稀缺性及"无价性",抬高了它们的价格,激起了人们占有它们的欲望。如威利斯(1978)所描述的,"车仔"(bike-boys)对巴迪·霍利(Buddy Holly)与爱维斯·普莱斯利(Elvis Presley)一九七八年原装音带加以神圣化,拒绝使用图片影集的复制品(哪怕复制品比原件更为精美),就是一个典型例子,它说明了普通的大众物品,是如何被非商品化的过程。

17

因此,当商品有能力破除社会障碍,消解人与物之间长期建立的联系的时候,相应地也会有一种相反的、非商品化运动,限制、控制和引导着商品的交换。在一些社会中,由于限制了交换的可能性,因而为了交换或供应新的商品,就保护并再生产着稳定的身份系统。而在另一些社会中,存在着不断变化的商品供应,它给人一种完全商品交换和任何人都可能得到某种商品的假象;然而,也就是在这样的社会中,有关合法品味、分类原则、等级制度与行为得体等方面的知识,却得到了限制,这如同在时尚体系中发生的情况一样。这两种社会之间的中间环节,可能是反浪费法(Sumptuary Laws),它扮演着消费调节器的角色,当过去的稳定的身份系统受到来自商品数量与商品可获得性大量涌现的威胁的时候,它指示着什么样的群体能够消费什么样的商品,穿戴何种式样的服饰。这正是欧洲在前现代后期的情况。(阿帕杜莱,1986:25)

当代西方社会倾向于属于上面提到的第二种社会，一个永远变化的商品洪流，使得解读商品持有者的地位或级别的问题变得更为复杂。在这种情形下，品味、独特敏锐的判断力、知识或文化资本变得重要了。有了它们，才会使特殊的群体或不同类别的人群，去恰当地理解和分类新商品，并懂得如何去运用它们。这里我们可以考察一下布迪厄(1984)、道格拉斯和伊舍伍德(1980)的工作。他们都曾经考察过商品是如何被用来标识人们的社会差异，如何扮演沟通者的角色的。

特别重要的是，道格拉斯和伊舍伍德(1980)都强调通过人们对商品的使用来划分社会关系。他们认为，我们对商品的享用，只是部分地与其物质消费有关，关键的还是人们将其用作一种标签，例如，我们喜欢与他人共同享用某些商品的名字。此外，文化人对物品的把握，不仅是对信息的自然而然地掌握，而且也精道于恰如其分地使用、消费，并能在任何情况下都以自然、闲静之姿泰然处之。在这种意义上，高雅文化商品的消费(如艺术、戏剧、哲学)一定与其它更多的平庸文化商品(衣物、食物、饮料、闲暇追求)的持有和消费相关，高雅文化必须镌刻在与日常文化消费的相同的社会空间中。在道格拉斯和伊舍伍德(1980:176ff)的讨论中，消费者的阶级定义与三类商品的消费有关：与第一产业相应的主类消费品(如食物)；与第二产业相应的技术类消费(如旅游与消费者的资本装备)；与第三产业相应的信息类消费(如信息商品、教育、艺术、文化与闲暇消遣)。在 *18* 社会结构底层，穷人局限于主类消费，而在上层消费阶级中不仅要求较高水平的收入，而且为从消费到就业提供必要的反馈，他们还需要一种判断信息产品和服务的能力，这也是他们自身就业的一种资格。这就要求上层消费者，必须终生投资于文化与符号资本，并且为了维持消费活动而投入比下层多得多的时间。

道格拉斯和伊舍伍德(1980:180)还提醒我们,民族志的证据表明,为赢得在信息类商品的竞争,产生了高难度的入围障碍和有效地排斥他人的技术。

为提高掌握信息、获得商品和服务的能力,并把这些能力作为一种日常实践去保存和维持,就需要时间上的投资,而投资的阶段、投资的持续性与强度,就是哈布瓦赫所说的那个有用的社会阶级标准。我们在消费实践中对时间的使用,与我们的阶级习性(habitus)相一致,所以它为我们提供了阶级地位的确切观念。(见哈布瓦赫在普雷特塞尔与特莱尔合编的书中的讨论,1985:23)这样,我们就需要对时间预算进行详细研究。(见格什里和琼斯,1987) 然而,这样的研究,几乎没有被合并到关于生命过程的投资模式的理论框架中去。生命过程中时间使用的差异,与一个人的阶级地位相关。举例来说,与一部哥达尔(Godard)电影、一堆泰特画廊(Tate Gallery)中的砖块、一本派恩孔(Pynchon)或德里达的书发生际遇并能够理解它们(这就是说,知道如何去欣赏它们、或在谈话实践中使用这些信息)的不同机会,反映了在获取信息与文化资本方面所进行的长期性时间投资的不同。

不过,皮埃尔·布迪厄及其追随者们就此曾进行过详细的研究(布迪厄等,1965;布迪厄与帕斯龙,1990;布迪厄,1984),对布迪厄(1984)来说,"品味具有分类作用,并把分类者也分了类"。消费及生活方式偏好,包含有敏锐的判断力,它使我们同时具有独特的认同或区分他人品味的判断能力。特殊的品味系列、消费偏好和生活方式实践,与具体的职业和阶层、群体密切相关。这使我们有可能从特殊时点、特殊社会的历史中,找出具有结构性对立和严格等级差异的品味和生活方式的普遍形式。在资本主义社会中,影响标志性商品使用的一个重要因素是,为获得

"地位性商品"(positional goods)、为获得表明步入了上流社会的商品而展开的斗争,使得新商品的生产率不断提高。而这使人们通过标志性商品获得上层社会地位的意义,反而变得只具有相对性了。经常性地供应新的、时髦得令人垂涎的商品,或者下层群体僭用标志上层社会的商品,便产生了一种"犬兔"越野追逐式的游戏。为了重新建立起原来的社会距离,较上层的特殊群体不得不投资于新的(信息化的)商品。

19

于是,对于新商品本身的知识、这些商品的社会与文化价值的知识、以及如何恰如其分地去使用它们的知识,就变得越来越重要了。这是一种独特的情形,热衷于向上攀爬的群体对消费和生活方式的修养采取了一种学习的态度。对诸如新中产阶级、新工人阶级和新富或新上层阶级而言,消费文化的杂志、报纸、书籍、电视和无线电广播节目等,与自我完善、自我发展、人格转型,个人如何理财、如何搞好社会关系、如何有宏图远略,如何构建完美的生活方式等等,是极其相关的。这里,人们最常见到的,也许就是这些"自学者"的自我意识,他们通过自己的消费活动,来转换原来的身份,获得既得体又合法的标志。这就是布迪厄(1984)所指的"新型文化媒介人"群体这一特殊情况。那些在媒体、设计、时尚、广告及"准知识分子"的信息职业中的文化媒介人群,他们因工作需要,必须从事符号商品的服务、生产、市场开发和传播。符号商品的供给不断增长的一个必要条件,是文化专家与文化媒介人的数量增加。这些人掳掠各种传统与文化,目的是为了生产新的符号商品、并对使用这些商品的人提供必要的解释。他们认同了艺术家、知识分子们的习惯、禀性和生活方式的偏好。不过,在艺术与知识商品逐步失去其垄断地位的条件下,他们在维持艺术与知识商品的声望和文化资本的过程中,又具有明显矛盾的心态:他们也正在使这片文化与艺术的

领地大众化，使更多的读者更容易去接近它。

很明显，知识商品的供给过剩、符号商品和消费商品的快速流通，产生了通货膨胀的问题，它威胁着标志社会地位的商品。作为市场和文化全球化过程的一部分，紧密捆绑在一起的国家一社会的关联逐渐衰微，在这种情况下，要使恰当地标志身份地位的产品稳定下来，也许就变得更为困难了。这就威胁到了地位差异的文化逻辑，在其中文化商品、消费商品及生活方式中的品味，被反向地建构起来。(参见布迪厄绘制的图表，1984：128—129)即使人们接受结构主义的前提，即认为文化本身服从于对立的差异逻辑，这种场域或系统失序之威胁也仍将存在。最好的办法是，在一个相对稳定、封闭和整合的社会中，去考察和确定群体如何使用符号商品来确立其地位差异的结构性对立。因为在这样的社会中，通过不恰当的符码来解读商品所导致的偏漏和潜在的失序是很有限的。进一步的问题是，是否存在相对稳定的分层标准和禀性，即习性(habitus)，一个可以从社会方面来认知和运作以确定群体间界限的东西。举例来说，正如鲍德里亚(1983a)所讨论的，那推动我们超越社会现实的文化失序、记号与影像的过度泛滥，通常来自于诸如电视、摇滚、录相和音乐电视等媒体。模仿作品、调和的符码混合、奇形怪状的并置排列和不连贯的能指，就经常被当作向意义与可读性提出挑战的例子来引用。

另一方面，如果一个人回降到与他人的相互依赖与权力平衡之网中，深入到日常生活的实践中，那么，通过解读其他人的行为举止，他就能继续收集有关他人的潜在权力、身份与社会位置的线索与信息。流行服装与商品的不同风格和标签就是一系列用于给人群划分等级的线索，然而，其中许多却又是易于变化、模仿和复制的。诚如布迪厄(1984)的符号资本概念所提醒，

透露一个人出身与经历的个人品性和分类图式的记号，明显地表现在诸如体形、身材、体重、站立、行走、举止、音调、说话的风格、对自己身体的不满或安静的感觉等等当中。因此，文化是合成的，它不单是穿什么衣服的问题，而且还包括怎样穿的问题。所有关于行为、态度、品味、礼仪方面的参考书，从埃拉斯姆斯到南西·米特福德的"U"或非"U"，都只是加深了自然而然地表现禀性和态度、使之成为完全自如的第二本性的主题。很清楚，这也能使人们据此来分辨出那些伪装者。在这个意义上，那些新来者、自学者，将不可避免地流露出为获得新的地位而受到的压力以及他或她在文化能力上的不足。因此，在社会空间中，我们可以辨认出那些采取炫耀型消费策略的新贵，并确定出他们的地位等级。他们的文化实践，被原有的上层阶级、贵族、"文化资本的富有占有者"视为粗俗、毫无品味，因而总是面临遭到驱逐的危险。

所以我们必须考虑到这些因受到威胁而过度生产文化与消费商品的压力，并将这种压力与更为一般的文化的消解分类过程(de-classification)相联系。（迪马吉奥，1987）我们也必须考虑到，这些压力可能导致习性的解构、品味的定位和分类的选择。也许存在不同的身份模式及习性的形成与结构，使品味的意涵和生活方式的选择变得更为模糊了。如果不是在整个社会结构中，至少也在某个领域中（如在年青人中和一部分中产阶级中）是这样。我们不得不承认，那些被广为谈论的、经常被标签为后现代主义的文化骚乱和无序，也许并非是完全的失控、真正的失序，而仅仅表明的是更为深层的整合原则。因此，也许存在一种"失序的规则"(rules of disorder)，它允许一种较为容易的控制机制，在有序与无序、地位意识与戏谑性幻想、渴望，情感控制与控制消解(de-control)，理性算计与享乐主义之间摇摆。这种 21

摇摆，对维护连续性的身份结构、拒绝越规行为来说，在从前一直是一种威胁。

消费梦想，影像与快感

正如雷蒙·威廉斯（1976）所说，消费一词最早的用法是“摧毁、用光、浪费、耗尽”。就此意义而言，作为浪费、过度使用与花费的消费，在对资本主义社会和国家社会主义社会的生产主义的强调中，表现的是一种自相矛盾的情形，因此，这样的消费无论如何必须加以控制和疏导。经济价值的观念，已经是资本主义或社会主义社会中的一种强烈的文化影像或内在驱动力。经济价值的观念，总是与短缺联系在一起，不过，以生产累积增长所必需的纪律与自我牺牲为保证，短缺最终将被克服，而消费者的需要和快感，也因此会得到满足。与此同时，在中产阶级，尤其是传统的经济专家们身上，我们看到了一种严律的勤奋工作观念，他们奉行的是十九世纪“自助”式个人主义及后来二十世纪撒切尔主义的“内心深处的禁欲”行为准则。这里，消费只是工作的补充，并且被来自生产的许多转移性目标所置换。它代表着有秩序的、受人尊敬的和节俭的旧式小资产阶级传统价值观，但也局促不安地与诸如创造性娱乐、自我陶醉式的情感探索和建构社会联系之类的新型小资产阶级闲暇观并列同行。对此，我们可比较贝尔（1976）对现代消费社会之悖论的论述：“白天是一个清教徒，而晚上则是一个花花公子”。这部分新型的中产阶级，即我们已经提到的文化专家和媒介人，其中还包括六十年代幸存下来的反文化者，以及那些从不同社会背景中吸取了多种文化想象力要素的人，代表着一个对旧式小资产阶级之优越性与撒切尔主义的文化使命予以冲击和干扰的群体。他们有

能力对普遍的消费观念予以推广和质疑，能够使快感与欲望、与纵欲、浪费、失序等多种消费影像流通起来，并将其推行开来。[5]而这一切都发生在这样的社会中：大批量的生产指向消费、闲暇和服务，同时符号商品、影像、信息等的生产也得到急速的增长。因此，要想迫使这个日益扩大的文化专家与媒介人群体的创造性努力就范于传统小资产阶级的价值与文化秩序，使他们从事特别狭窄的信息生产，就已经是很难的事了。

就此种理论而言，我们应该注意到，作为浪费损耗与过度铺张的文化观念，已为人们所坚持、偷换与转化。根据巴塔耶（1988；米洛特，1988：681ff）的一般经济原理，经济生产不应该与短缺而应该与过剩相联系。实际上，生产的目的就是毁灭，关键的问题就成了怎样去应付铺张、该死的耗费，怎样去面对过量的能源被转化为过剩的产品与商品，怎样去对待一个熵和失范之极限过程。这样，为有效地控制增长、管理剩余产品，唯一的解决办法是通过游戏、宗教、艺术、战争、死亡等形式去摧毁和浪费这些过剩产品。这又可通过礼物、供祭、消费竞赛、狂欢、炫耀型消费来完成。根据巴塔耶的观点，资本主义社会试图引导铺张，使之成为一种全面的、无止尽的经济增长。然而，从许多层次上讲，这里还是有些疏漏之处。根据上面提到的这些观点，资本主义也生产出了（或者，根据后现代主义的修辞手法，“过度生产”出了）各种消费的影像与场所，从而导致了纵欲的快感。这 22

⑤ 有些著作的标题是很醒目的，如《欲望的对象》（福梯，1982）、《欲望的通道》（埃文，1982）、《消费激情》（威廉逊，1986）、《梦幻世界》（威廉斯，1982）。坎贝尔（1987）还详细挖掘了对消费商品的欲望的历史根源。对他这种社会学方法的批评，与对心理学的批评同出一辙，请见本书第八章。应该补充的是，最近涌现出来的对情感社会学的兴趣可能暗示着，我们终于需要用社会学的框架来理解情感了。（见邓金，1984；埃利亚斯，1987d；乌泰斯，1989）

些影像与场所，还混淆着艺术与日常生活的界限。因此，我们就应该进一步研究：(1)前工业化时期残留于消费文化之中的狂欢式的传统要素；(2)狂欢要素转化或置换为媒体影像、设计、广告、摇滚录相、电影的过程；(3)在某些消费场所(如假日胜地、体育馆、主题乐园[⑥]、百货商店和购物中心)中，狂欢要素的保留与转化；(4)国家与企业，抑或作为广大公众的有“威望的”旁观者，抑或以有特权的上层管理者和官员的姿态，是如何促成狂欢要素转换、合成为炫耀型消费的。

与此相对照，大多数十九世纪后期的理论，都表露过一种带有怀旧情绪的文化悲观主义(Kulturepessimismus)。但是，十分重要的是，受文化理性化、文化商业化、文化现代化等观念的鼓舞，这些理论都强调了大众文化中的越轨、反抗、狂欢和有节制地挥霍的传统。(伊斯顿等，1988) 狂欢节、商品交易会和节日盛会等大众传统，是对官方“文明”文化的象征性颠覆和僭越，是对激情、情感宣泄以及膏腴的食物、烈性酒、淫乱的性生活等等，所表现出的直接而粗俗荒诞的肉体快感。(巴赫金，1968；斯达利布拉斯和怀特，1986) 这些就是所谓的心理阈限空间(liminal space)，在其中日常生活世界被颠倒了，禁忌和幻想有了实现的可能，不可能的梦想也可以得到表达。按照维克多·特纳的解释(1969；并参见马丁，1981：第3章)，这种心理阈限，在确定的转折或初始阶段，表明的是对反结构性共同体(anti-structure communitas)、非中介性共同体(unmediated community)、情感融合及情欲统一体(ecstatic oneness)之意义的强调。非常明显，这些

⑥ 主题乐园(theme parks)，指的是将游乐内容分成野生动物、海洋生物、幻想世界、或亚非文化等专项布置的游乐活动。本书作者经常把主题乐园作为仿真、形象对现实的超越的例子来引用。——译注

有序之失序(ordered disorder),这些受着官方文化包剿的心理阈限片断,并未由国家或正在出现的消费文化工业、及十八、十九世纪英国的"文明进程"所完全整合。

以商品交易会为例:商品交易会很长一段时间内具有当地市场与娱乐场所的双重作用。它们不仅仅是商品交换的场地,而且还能够在节日般的气氛中,展现来自世界各地的具有异国情调的、离奇古怪的商品。(见斯达利布拉斯和怀特,1986,同时请见下面第五章的讨论)象对城市的体验那样,商品交易会提供了场面壮观的影像、光怪陆离的商品陈列、含混不清的边界,以及交杂着各种各样的声音、动机、影像、人群、动物与物品的庞大而混乱的场景。对于那身处其中的人们,尤其是作为文明进程一部分、努力控制自己的身体与情感的中产阶级(埃利亚斯,1978b,1982)来说,混乱的文化场所如商品交易会、城市、贫民窟、海滨胜地,已经成为了激情、欲望与缠绵悱恻的怀旧之情的源泉。(梅塞尔,1983;谢尔兹,1990)它们以一种转换了的形式,变成了艺术、文学和大众娱乐消遣(如音乐厅)的中心主题。(贝利,1986a)可以说,主宰城市市场的,是那些在十九世纪后半叶发展起来的百货商店(沙内,1983;威廉斯,1982)、新的国际国内展览会(本内特,1988)等机构,而二十世纪的另一类场所如主题乐园(厄里,1988),则为有序的失序提供了场所:它们的陈列展示中集合起了各种狂欢传统的要素,荟萃了种种异域风光与铺张景观之影像和仿真。

23

对沃尔特·本雅明(1982b)来说,十九世纪中期以来连续出现在巴黎及其它大城市中的新式的百货商店和商业广场,其实就是这些"梦幻世界"。各式各样的陈列商品的巨大幻觉效应,经常被转化为资本家和现代主义者的一部分寻求新奇的动机,成为梦幻影像的源泉。它们汇串起了种种联想及如今半数已被

忘却的幻觉,即本雅明称之为寓言(allegories)的东西。这里,本雅明用寓言这个词,并非表示《天路历程》(Pilgrim's Progress)之类的传统意义上的寓言,他指的不是封闭信息双向符码的整合或聚合,而是指稳定的等级秩序意义的消解。寓言表明的仅仅是万花筒里的碎片,本雅明拒绝用碎片这个词来表示任何代表聚合的观念。(见沃林,1982;斯宾塞,1985)在这个审美化的商品世界中,百货商场、商业广场、有轨电车、火车、街道、林立的建筑物及所有陈列的商品,还有那些穿梭于这些空间中的熙攘人群,都唤起了人们如今半数已被遗忘的梦想,有如来往人群的好奇与记忆,经常受到来自与背景分离的、变化的景象所刺激,并通过解读那些物品外表所散化的气息,产生出了某些神秘的联想。就这样,大城市中的日常生活具有了审美的意义。新的工业化过程曾经为艺术走向工业提供了机会。并且,为生产一种具有新的审美情趣的城市景观,在广告、市场营销、工业设计和商业展览等领域中,各种职业也一直在不断地扩张。(比克

24 一默斯,1983)在二十世纪,照片影像的激增,大众传媒的增加,充分证实了本雅明所谈到的这些趋势。的确,就连本雅明也未认识到的一些影响,在一些后现代主义的理论(如鲍德里亚[1983a]和詹明信[1984a,1984b]的理论)概括中也能找得到。他们在这里所强调的,就是后现代主义"无深度"的消费文化的直接性、强烈感受性、超负荷感觉、无方向性、记号与影像的混乱或似漆如胶的融合、符码的混合及无链条的或飘浮着的能指。在这样的"对现实的审美幻觉"中,艺术与实在的位置颠倒了。很清楚,我们并不能断言说,这些特征只为后现代主义所独有,它们有一个很长的谱系,暗示着在现代与后现代之间,事实上也与前现代之间,存在着一个不间断的连续过程。(见下面第四、五章)

在本雅明的作品中，有一种非常强烈大众主义倾向，这又常常被人拿来与霍克海默与阿多诺的所谓的精英主义相对比。本雅明强调，大众的乌托邦或积极的运动，生产出了大众消费品，同时也把创造性从艺术中解放了出来，并允许这种创造性转移到多样化的大众日常物品的生产之中。这里可以明显看出，本雅明的理论框架受到了超现实主义的影响。那些强调后现代主义的越轨与戏谑潜能的批评家们，就这样欢喜开怀地接纳大众文化的审美潜力、大城市空间中街头漫步者的审美潜能。（赫布迪吉，1988；钱伯斯，1986，1987）本雅明与鲍德里亚的那种感受，表明在当代西方城市中，文化的作用得到了加强。他们所感受和体验的，不仅仅是那些不断出现的日常消费中心，而且还有那些由文化工业（艺术、娱乐、旅游、传统文化领域）所产生的广泛的符号文化商品及其体验。在这些"后现代城市"（哈维，1988）中，人们被迫从事纷繁的记号游戏，而这又正与城市建筑及其环境中大量繁衍的记号发生强烈共鸣。当代城市中的浪荡子或街头游荡者，玩味着、雀跃欢呼着神妙的小说杂集及各种奇异价值观所呈现的做作、随意和肤浅。（钱伯斯，1987；卡勒法罗，1988）这种现象，我们在城市流行的大众文化之中也能够发现。也可以说，这种情况代表的是一种通过高度强调情感与同情来超越个人主义的运动，是一种新的"审美范式"。（马费索里，1988a）在这种范式之下，大众以"后现代部落"成员的形式暂时地聚集在一起。

十分重要的一点是：尽管在这些理论家和批评家的著作中，突出地强调了超负荷感官、审美投入、消解主体中心的梦幻知觉，尽管在这里，人们总是热情投身于这一系列泛化的感官体验与情感体验，但是，这些现象并不意味着人们已经完全失去了控制。这样的体验或感知，需要行为的约束和控制：漫游于陈列的

商品之间，只是观看但并不抢劫，只是偶尔挪动一下步子却又不阻碍川流不息的人群，控制着激情和疲倦地凝视、观察他人而不被发现，容忍身体的相互接近或接触而并不感到恐惧。此外，它还需要具有在激情参与和距离审美之间保持平衡的能力。简言之，流徜于城市空间，或体验于主题乐园与历史博物馆之景观的时候，需要一种有节制的情感宣泄。（乌泰斯，1986）陈列展览的各种影像，也许调动起了各种快感、激动、狂欢之情乃至无序的行为，而在体验它们的时候，却需要自我控制。对那些缺乏此类控制的人来说，潜伏在背后监督他们的保安人员及遥控摄像机就会起作用。

这些以审美形式表现日常生活的倾向，与高雅文化和大众文化之间的区别是有联系的。艺术与日常生活之间的界限坍塌了，被商品包围的高雅艺术的特殊保护地位消失了。这是一个双向的过程。首先，我们已经提到过，艺术已经转移到了工业设计、广告和相关的符号与影像的生产工业之中。其次，在本世纪二十年代以达达主义和超现实主义形式（伯格，1984）、六十年代又以后现代主义形式出现的艺术中，有一种内在的先锋式的动力，它试图表明，任何日常生活用品都可能以审美的方式来呈现。（请见下面第三节和第四章中的讨论）六十年代的通俗艺术和后现代主义，使人们将注意力投向日常生活物品，并将其当作艺术来看待（如华霍尔的作品“坎贝尔家的汤与罐”），或者将其看成是对消费文化自身进行的反讽式重映，并以此来坚持旨在反对博物馆和学术界的表演与身体艺术立场。特别是在大都会中心，由于大公司及国家以艺术作为与公众关系的桥梁，使艺术市场得到扩张、艺术工作者及相关职业人员急剧增加，更加导致了艺术家角色的这种显著变化。（见佐金，1982a）

有人认为，就艺术家群体而言，再谈论某种既拒斥大众文化

又反对中产阶级生活方式的艺术先锋，不会有什么用处了（克兰，1987）尽管艺术家的生活方式，对那些忙于内城翻建的人不断强调文化在生活方式构建中的作用的一般中产阶级来说，还具有一种很有吸引力的浪漫雄心，（佐金，1988b）但是，许多艺术家已经放弃了他们对高雅文化和先锋艺术的信奉，转而对消费文化采取日益开放的态度。现在他们又向人们表达了去追随其他文化媒介人、影像制作人、观众与公众的意愿。因此，随着消费文化中艺术作用的扩张，以及具有独特声望结构与生活方式的孤傲艺术（enclaved art）的解体，艺术风格开始模糊不清了，符号等级结构也因此开始消解。这需要用一种多元主义的态度来对待各种不同的品味，对待文化的消解分化过程，其瓦解了区分高雅文化与大众文化的基础。就是在这种情形下，我们不再对广告的效果产生怀疑，不再对广告说服（或者灌输）人们购买新产品的能力提出质疑，相反却对它在审美谱系中的位置表示由衷的祝贺。设计与广告，不仅与艺术混同在一起，而且也受到人们的普遍欢迎，并象艺术那样被陈列进了博物馆。正如斯蒂芬·拜雷（1979：10）所论，"工业设计是二十世纪的艺术。"（引自福梯，1986：7）

与艺术家代表着具有煽动性的反抗者和时代英雄一样，罗曼蒂克与豪放不羁的生活方式，成为了战后英国社会生活中的一个鲜明的主旋律。与此相关，特别值得一提的，就是流行音乐与摇滚音乐。费斯和霍恩（1987）记载了这种艺术注入大众生活的独特方式，并认为，它们也为高雅文化与大众文化之间界限的瓦解，助了一臂之力。此外，这种形式的艺术，也可以说进一步地促进了我们曾提到的有节制的情感控制的解除。由于爵士乐、布鲁斯、摇滚和黑色音乐是一种直接的情感表达形式，因此年轻人接受它们，是因其增进了更多的快感、直接投入和真实 *26*

性。而以老年和中年为主的观众,则由于习惯了约束性较强、更为正式的行为模式和情感限制,因此,这种音乐就被看作是危险的威胁、毫无控制或"魔鬼的音乐"。(斯特拉顿,1989) 尽管艺术的生活方式具有大众特性,尽管出现过将生活当作艺术作品的种种新时髦的转变,也尽管这些生活方式的某些符号具有一种强迫接受的性质,但是某种程度上,这样的计划还是暗含着日益为人所抛弃的统一目的整合维度。同运用和扩充某种熟悉的风格之范围相比,人们建构某种一致性艺术形式的兴趣要小得多。风格(style)这个词指的是生活或艺术表现的前后一致和要素的等级秩序,是一些内在形式和表达方式。(夏皮罗,1961)二十世纪的批评家经常认为,我们这个时代缺少一种独特的风格。例如齐美尔(1978)把它称为无风格的时代(age of no style),马尔罗(1967)则认为,我们的文化是一座无围墙的博物馆,是一些后现代主义所高度重视的感觉,强调的是东拼西凑的艺术杂烩、"复古"、符号秩序的崩溃以及文化的重演。(见罗伯茨,1988)

相似的讨论也可以参考生活方式这个词来进行。未来的趋势是,消费文化将使生活方式不再需要任何内在的一致性。所以新型的文化媒介人,一个新型中产阶级中的扩展部分,尽管已经较好地接受了艺术家与文化专家的生活方式,但他们不是去努力促进一种单一的生活方式,而是向观众和消费者提供和扩展各种风格与生活方式的可能性。(见下面第六章的讨论)

结论

在《消费影像》(埃文, 1988) 一书中, 斯多特·埃文讨论了一则为美国一家时髦的百货商店"倪曼—马尔库斯"(Nie-

man-Marcus）所作的广告。这则广告似乎兼备了两者既对立又统一的特点。在这个广告中，并排展示了同一个妇女的两张照片。第一张代表了一个穿戴着款式新颖的巴黎女式时装的上层阶级妇女的形象；照片下面的文字是这样突出要点的：与人为善指的是“善待他人的性情”，“迎合时宜的穿戴”，“不肥不瘦的身材”，“一种模式”，“使他人欢快的装束”，“评价”，“漫步于林荫大道”。第二张照片是穿戴着巴勒斯坦围巾和宽袖长袍、俯瞰一切的闪米特人。下面字体粗犷的文字强调：宽松的自由则是“从狭窄的限制中获得自由”，“变化服装的结构以保持与心情一致”，“任何舒适的感觉”，“一种情绪”，“为使自己高兴的穿戴”，“进化”，“对街道生活的喜爱”。在当代文化中，女人和男人不是被要求去选择，而是要去组合这两种选择。而把服装和消费商品当作沟通工具，当作“阶级身份的象征”（戈夫曼，1951）来看待，就要求穿戴者、使用者有得体的行为和举止，以便进一步地将社会世界中现实分类归入到人们内心的范畴中去。从这种意义上讲，在消费文化中，一直存在着种种声望经济（prestige economies），它意味着拥有短缺商品，花相当多的时间进行投资、恰当地获取、有效地运用金钱和知识。通过解读这样的商品，可以将它们的持有者的身份予以等级分类。与此同时，消费文化使用的是影像、记号和符号商品，它们体现了梦想、欲望与离奇幻想；它暗示着，在自恋式地让自我而不是他人感到满足时，表现的是那份罗曼蒂克式的纯真和情感实现。当代消费文化，似乎就是要扩大这样的行为被确定无疑地接受、得体地表现的语境与情境之范围。所以，在两种可替代的选择中作出选择并不是一个问题，两者都是可选择的。今天的消费文化既不表明某种控制出现了失控，也不表明它就是某种更为严厉的控制，而是既掌握了正式的控制又把握

27

着解除控制、并在这两者之间轻易地转换交切的一种弹性的、潜在的生成结构。

第三章　通向后现代文化的社会学　*28*

社会学中的后现代主义

在《社会理论与现代社会学》一书中，安东尼·吉登斯概括了“未来社会学的九个命题”。其中，第 -个命题就是“社会学将不断地摆脱十九世纪及二十世纪早期的社会思想的阴影”（吉登斯，1987a:26）。这里，吉登斯发展了一种目前流行的观点，即认为社会学现在、将来也仍将继续与“现代性轨划”密切联系在一起。他离开了他所说的十九世纪共同思想遗产的经济还原论，并把注意力集中到现代性的三个主要参数上：管理权力的发展、军事力量和福利。最后，他声称：

> 现代性的文化维度是存在的，从其本身来看，很明显，它是一种高度复杂的东西。很久以来，文化这个维度的分析，表面上在社会学中一直占有优先地位。社会学家已经了解到，他们自己的学科起源，是以“理性主义”的兴起和伴随世俗化过程的“世界的祛魅”为背景的。但是有时候，文化的现代性，大都被理解成对资本主义和工业主义的反思。甚至马克斯·韦伯为使“观念”获得独立地位的著名尝试，最

初都是集中在资本主义兴起的条件方面，而不是为具体的自主性现代文化提供一种连续性地位。现在，由于传统世界更完全地崩溃了，许多关于"后现代性"的争论，也许可以被相反地看成是一种雄心勃勃地勾勒世界文化的最初的真实原创动力。至少，他们确实表达了这样一种明确意义：起先确立的文化分析模式已经被摧枯拉朽地破坏了。（吉登斯，1987a：28—9）

这段引文中有趣的问题很多，但我这里想简单地指明两点。首先，吉登斯强调，后现代性、或许我们应该说后现代主义，是勾勒当代文化的较高级模式。遗憾的是，这个观点在吉登斯唯一关于后现代主义的文章《现代主义和后现代主义：对哈贝马斯的评论》(1981a)中，并没有得到发展。据我所知，在文章中他甚至没有提到过"后现代主义"这个词。吉登斯强调后现代文化的分析潜力，也许与其偏好的"中间策略"（middle strategy）相关，即作为结构化理论的一部分，他试图通过发展一种"潜在的本体论"来超越客观论与相对论的二元对立。（见科亨，1986，1987）第二，这是他很少有的直接把文化当作现代性或社会的实质性维度来提及的一段话。吉登斯(1987)现在终于转向了对文化生产理论的发展，这也许为他讨论现代性和后现代性文化打下了基础，在他的论文《结构主义、后结构主义和文化生产》中就有所证实。

根据最一般的说法，换上谁也不会不注意到，一九八八年在不来梅召开的一次关于"社会结构与文化"的大会上，聚集了许多欧洲国家的社会学理论团体的代表，而这也只不过是最近几年来文化进入社会学理论之核心的另一种征兆。人们也许还能指出，一九八六年在新德里召开的国际社会学学会大会，将以前

五次会议中关于文化的主要论文汇编成了一个论文集；最近成立的美国社会学学会文化分会，在一九八七年召开了第一会议。多纳德逊·朗格尔(1984:9)曾指出，最近把广泛的文化问题和文化社会学，当作一个合法研究领域的兴趣不断高涨，代表了社会学中的一个主要的研究转向。直到七十年代中期，社会学对文化和艺术的兴趣，经常被认为是离经叛道、蜻蜓点水，最好的评价也不过是把它当作一种边缘科学。在这种传统下，对艺术有一些兴趣的社会学家与认为社会学对理解神圣文化领域无甚关联的文学评论家、艺术史论家之间，学科界限相对来说是很清楚的。可从七十年代以来，在英语界出现的一系列杂志，对文化理论敞开了大门，并从广泛的学科范围中吸引读者，表征着文化与社会学领域之间的森严壁垒已开始被推翻。这些杂志包括：《文化研究工作论文》；《意识形态与意识》；《牛津文学评论》；《板块》；《符号文本》；《小报》；《实体》；《新德意志批评》；《变音符号》；《理论与社会》；《社会中的人本主义》；《泰勒斯》；《第十一主题》；《国际实践》；《加拿大政治与社会理论杂志》；《哲学与社会批评》；《媒体、文化与社会》；《政治、文化与社会》；《社会文本》；《理论、文化与社会》；《表现》；《话语》；《文化人类学》；《人类学批评》；《文化与历史》；《新形式》；《文化研究》及《文本实践》。女性主义、马克思主义、结构主义、后结构主义、符号学、批判理论以及心理分析中对文化兴趣的增长，也有助于勾勒文化问题的轮廓。此外，那些有志于对文化进行理论概括的人(文化与社会的关系，意识形态问题，语言、知识、话语、主体性和行动作用的问题，总是交织着对艺术与文化领域的变迁的解释)，现在也许不得不对社会学以外的广泛的杂志进行仔细研究，不仅在文化研究和艺术方面，而且还在政治、历史、地理、艺术、建筑、哲学及规划领域去寻找答案 （关于法国社会理论中这些变化的简单讨

论，请见费瑟斯通，1986）

艺术与文化领域里的这些变迁，需要通过学术与知识领域中的动态过程来进行详细的文献检索和解释，需要具有回应社会文化变迁的能力、具有使社会文化变迁成为主题的能力。这些变迁不应该是告诉那些学术听众以范式变化、或先进方法论之类的东西，而应该原谅，他们对文化理论家们所提供的这些本来就耀人目眩的东西，感到有一定程度的迷惑。一系列确定的中心论题与争论，能以最具雄心的形式，鼓励社会学为其它社会科学主题提供基础，对此，社会学理论家们直到最近还深信不疑。而现在，他们不得不在计划上后撤一步，甚或迫于威慑，不得不中止原来的计划，因而社会学中也有了诸如解构主义、后结构主义和后现代主义。最近的英国社会学学会理论组召开会议，讨论了福科、德勒兹、利奥塔、德里达及鲍德里亚；现在他们正检讨着诸如"现代性与后现代性"、"身体"等广泛的文化主题，并与欧洲社会学理论群体建立起更紧密的联系，加速着信息的交流。

在许多社会学家看来，"后现代性"与"后现代主义"这两个词，在八十年代早期，伴随着哈贝马斯与福科之间争论而首次推到了理论的前台。当然，这两个词都有更长的历史："后现代主义"最早的用法出现在一九四三年，当时奥奈斯将它描述为对现代主义的一种微弱反动；"后现代性"最早出现在一九四七年汤因比对西方文明的新循环的描绘中。（见哈桑，1985）在艺术界，当美国一些年轻的艺术家如劳申伯格、凯奇、巴拉夫斯、巴瑟尔门及批评家如费尔德、哈桑和桑塔格，用"后现代主义"来表示超越"枯竭的"高级现代主义、即已经在博物馆与学院中制度化了的现代主义的时候，后现代主义这个词就不是从时代划分的意义上使用了。而且在六十年代，这个词就开始流行开来。七

十年代，后现代主义一词，被广泛地应用于建筑、视觉与表演艺术、音乐中。后来当它在七十年代后期被引入法国，被诸如克里斯蒂娃和利奥塔等人采用的时候，它的用法发生了一系列的变化。当美国学界重新使用这个词的时候，大体就以德里达的后结构之解构主义的形式出现。在七十年代后期，这个词也被输出到了德国，并得到了哈贝马斯(1981a)的认可，他在一九八〇年获阿多诺奖的那篇论文中，把现代性当作尚未完成的规划来讨论，并称福科、德里达为“年青的保守主义者”。(见于森，1984)哈贝马斯与福科、利奥塔之间及哈贝马斯与批判理论对后现代性的阐释之间的争论，大体受到了第三者的引导。(见伯恩 31 斯坦，1985；霍伊，1986)这场争论是从许多方面展开的，下面我要说明的是其中最突出的两个方面。首先，哈贝马斯(1981a)对福科、德里达(相关的还有德勒兹和利奥塔)的不满，主要是因为他们支持一种消解中心的、无限制的主体性，只满足于表现来自于后现代主义先锋派的强度，而先锋派就要打破艺术与日常生活的界限，从而把审美体验与表达放到高于道德与真理的交往模式之上。自早期论文如《技术、科学与意识形态》(1971)等发表以来，哈贝马斯试图就工具理性和策略理性对社会文化的生活世界的交往结构之明显侵入加以理论概括，并寻找矫正的方法。从这个角度，不得不面对来自审美领域的、对社会文化生活世界的交往能力构成新的威胁，将出现进一步的、令人头痛的困难。第二、哈贝马斯自己(1985:203)也试图驾驭审美体验的批判潜能，以此来彰显真实的交往，但是由于存在跨越不同文化模态的难题，因而只可能取得有限的成功。

随着哈贝马斯对文化现代性、科学、道德和艺术的历史轨迹及这些不同领域之间的相互关系的研究(1984)，要理解人们对后结构主义、解构与后现代主义的研究兴趣的不断高涨，就需要

在人们对广泛的文化问题所产生的更为一般的兴趣这个情境中，从多层次的角度来加以理解。这一切，既表明了知识形式的元理论基础，同时也表明了复杂文化复合体的类型。而文化复合体，可能最恰当地提供了一些良好的、有意义或使人满意的生活版本。实际上，后现代主义把审美问题抛到了社会学理论之核心：它为对文本（文本的快感，文本间性、书写文本）的阅读与批判，提供了审美模式和判断标准，也为生活提供了审美模型（生活以审美的形式呈现出来，艺术成了一种美好的生活）。

这种过于简单的叙述，也许可以帮助我们说明近来社会学对文化的兴趣的高涨。最近的一个明显的例证就是，吉登斯（1987a）已把文化当作了现代性的第四个维度。他认为后现代性也许潜在地提供了一个勾画现代文化世界的较好的分析模式。当我们展开并试图评价后现代库存中的概念或反概念装备（非连续性、书写文本、悖论、反讽、戏谑的反思性、对差异的欢呼、对普遍化与总体化的批评、还有元叙述的终结及历史的终结）的时候，我们只有回到吉登斯。他提出的未来社会学的第六个主命题声称："社会学家将重新关怀大规模的、长时段的社会转型过程。"（吉登斯，1987a：41）从表面上看，这似乎与后现代分析模式的优越性直接矛盾。这也与他在第一个命题中所说的"有必要打破十九世纪思想传统"相矛盾，对此，吉登斯自己也意识到了。不过，吉登斯还是认为，我们必须集中研究长时段的社会历史过程，以把握二十世纪加速发展的、大规模的社会变迁。

近些年来，研究大规模、长时段过程的社会学已经复苏。这使人想起沃勒斯坦（1974，1980）、哈贝马斯（1984）、吉登斯本人（1985），更近一点还有曼（1986）和豪尔（1985）的著作。不过，最使人容易想到的主要阐述者应该是埃利亚斯及其文明进程的理论（1978b，1982）、社会学的社会发生论（sociogenesis）（1978a）。

32

埃利亚斯(1971)认为，社会学家应该超越社会学与历史学中认为社会变迁是没有结构联系的普通历史观。与把历史看作是那些来来往往的时间过客所走过的无止尽的人生历程之洪流相反，埃利亚斯认为，每个时代的每个人，他们的知识并非都是同等有效的，我们"要研究……代代相承的人类知识的生产者与承载者群体的长时段变迁结构。"(埃利亚斯，1972：125)我们要意识到，存在一些知识专家群体为获得自身动力而生产知识的例子。在与其他相互依赖的群体相联系时，这些知识生产专家群体可能因此而获得了有限而相对的自主性。(埃利亚斯，1971：250) 因此，根据埃利亚斯的观点，当我们拒绝去了解知识动力学(dynamics of knowledge)的时候，就有可能出现强制的平等(forced equalities)与过分强调的极端，从而避免绝对的相对主义泥沼。进一步说，与库恩、巴什拉德等人强调断裂的、非连续性的知识理论相对照，我们研究相对自主的具体知识的累积发展。(埃利亚斯，1972)[①]对长时段过程的讨论，也就提出了这样一个

---

① 埃利亚斯在检讨诸如文明化、经济学之类概念的长时段发展的方法，是去关注它们在日常生活词汇中语词的起源。同时要注意到，为最终使这些语词成为普遍的或科学的观念，独立群体之间的权力平衡结构也发生了一系列连续的变迁。可是，用这个方法去分析"后现代性"一词的发展，却极端困难。这不仅仅是因为搜寻一个过程的早期阶段的蛛丝马迹，其行为本身，可能会出现许多不同的发展方向，而且，它甚至可能会最终告吹。实际上，当我们试图揭示后现代主义的源头(如本世纪二十年代的先锋派运动)的时候，我们应该意识到这个词本身就是不稳定的，也许还是目前的许多学术时尚与时髦。当然，这不是意味着这个过程将会中止，也不是说"后现代主义"运动会以其它词汇来描述。进一步说，文明化与经济学两个概念，与特殊群体的兴起相关，在获取、或者成功地垄断知识与导向手段方面，这个特殊群体拥有占主导地位的权力。实际上，这是把他们自己的关怀，被表征为对某种"事物本性"的关怀的能力；这是最基本的。如果我们试图构想"后现代"概念的轨迹，势必存在许多困难，这不仅仅因为我们不象经济学那样，没有一个前魁奈、重农主义之类似的阶段。我们也不知道专家们在文化生产与传播过程中的潜在权力。在过去，知识专家(就是神职人员)掌握了权力平衡的支配权；而在将来，另一些专家也许同样会

问题，即我们是否应该致力于一种后现代主义的社会学(sociology of postmodernism)，而不是去拥护某种后现代的社会学(postmodern sociology)。是否可以说，如果要力图去理解后现代主义，就应该弃绝社会学的方法论，并运用后现代的分析模式来对后现代主义进行后现代的思考？这可能确实意味着对社会学的取消，一种新的后现代社会学，或者说反社会学。让我们反思一下它可能导致的后果吧。对后现代主义的后现代思考，就是拒绝对知识的发展加以检验，拒绝考察符号生产的专家们与其它群体的相互联系。它提供一种懒汉式的思考方式，靠寄生虫为生的寄生虫。

这种寄生式的思考，就是运用后现代策略本身来看待后现代主义中的统一性与差异性，观察它的矛盾、反讽、非一致性、文本间性及精神分裂特征。或者说，这是对与元叙述一致的一个

这样。(埃利亚斯考虑的是暴力、知识、经济生产、导向手段的各式各样的专家。见埃利亚斯，1987b)然而，目前迹象表明，在后现代主义理论的生产与后现代文化产品的生产两个方面，其趋势都是消解垄断。简言之，在后现代理论与实践中，存在着超反思性、反基础论以及文化多元的宽容，它与目前学术、知识、与消费商品市场中所必需的风格、样式相联系，它有赖于在寻求创新中接受教育的大众，拒绝垄断、以及建立新的稳定的符号等级。不过，就埃利亚斯而言，发展相对自主的知识类型(如科学)的能力，或者说相对稳定的知识体，一方面，与群体垄断相关，在社会层次水平上讲，与一系列权力资源无关，另一方面，又不存在这种情况。埃利亚斯方法的另一个要素是他的"功能民主化"(functional democratization)，它指的是知识传播和大众潜在权力的增长。照此发展，其趋势就是对知识垄断的开放和拒绝。这不是说再垄断化(remonopolization)不会发生，也不是说稳定的教学模式将会被发展起来；然而，在信息过度生产及文化品味多重竞争核心的发展条件下，文化专家们之间缺少一致的共同原则，这也许减少了知识与文化的再度中心化或再度等级化的可能性。实际上，我们必须根据垄断与消解垄断的过程、权力平衡的变化，来认真思考这些趋势。

偷梁换柱的策略,用讲故事的形式叙述这种元叙述的没落,宣告 33
了元叙述的终结。(哈琼[1987]及其他人谴责和批评了利奥塔的这种策略)可以进一步假设有这样一种可能性,即某些方面的社会发展,长时段过程,累积不断地营造出了一个最终的时代性断裂,它使历史过程中出现了新的后社会形构(postsocietal configuration):后现代文化。以这种观点而言,我们已经处在后现代文化之中了,任何想用旧的技术和方法论对后现代主义进行理论概括的企图,必将导致失败。鲍德里亚(1983a,1983b)所讨论的后现代仿真世界即属此类。他强调,媒体的过度生产导致了文化的超负荷,从而引起了意义的爆炸,产生了一个仿真世界和超现实空间,人们由此超乎规范性与分类之上,从而生活在一个关于实在的审美光环之中。鲍德里亚当然是后现代主义学者中最极端的一个,他将后现代主义逻辑推演到了极限,对超越社会学解释的后现代主义的语言隐喻和后社会(post-society)的意象(社会的终结)得意扬扬(北美对后现代"糟粕文化"的论述就大量来自鲍德里亚,见科洛克尔和库克,1987)。对于鲍德里亚来说,以某种规范性方法、或者以布迪厄式的阶级分析的方式,来讨论随意聚合在一起的大众,注定要失败。因为这样的分析形式,只适于系统发展的前一个阶段,而现在这一阶段已被取代了。

进一步说,后现代社会学另一层更深的含义可能是,不仅强调社会的终结,同时也还强调历史的终结。在瓦蒂莫(1985)所表述的后现代主义论述中,强调指出了后现代不仅仅用来表示超越现代性的历史断裂。后现代包含后形而上学的(Post metaphysical)和后现代时代的观念,它拒斥现代主义者的历史发展观,或者说拒绝把统一性的观念强加在历史身上。可事实是,历史的终结总是一直存在的,只是到现在我们才认识和接受它而

已。后现代主义对现代性的元叙事（科学、宗教、哲学、人本主义、社会主义、女性主义等，都力图把一致性的和令人信服的意义强加给历史）的批判和拒斥，使我们开始抛弃普遍性的知识，而去接受具体的地方性知识。这是一种理论层次上的转变，其证据建立在尼采、海德格尔和德里达等人的著作的基础上。在某个特殊的时点上，这种为人所拥护的理论转变，其本身也许已经很好地实现了：通过对多维的和永远变动的现在的强调，瓦解了日常生活的普遍性与有序叙事的基础。因此，也应该把这种转变与更为一般的、当代消费文化中解构历史的体验有机地联系起来。

所以，试图从社会学的角度来理解现代文化时所面临的问题，就围绕如何理解下面两个方面的相互联系而展开：后现代理论的生产与传播（许多都包含有历史终结之意义，尽管不是悲剧性的终结），以及更广泛的后现代日常文化体验与实践的生产与流通。这里我们不必去赞成或反对后现代主义，而要从社会学的角度来分析后现代主义是如何可能的，人们又是怎样对与此相关的一系列观念感兴趣的。尽管这项事业显然遭到了拥护后现代主义的人的谴责，有着致命的弱点，但也表征着它隶属于不合时宜的现代主义元理论之模式。然而，简单地说，我们是要努力去理解和表明，对后现代运动中的理论和日常生活两个方面进行解释是必要的。在知识和艺术实践中，后现代主义得到了理论性的概括，其自身也因此而得以表达。这可以看作是广泛的后现代文化（文化商品的生产、消费、流通极其实践中一系列广泛变迁）的标志或先兆。它也许最终也假定了断代史中的某个时代，指涉了通向后现代性的运动。

如果我们拒绝后现代社会学观念，赞成对后现代主义进行社会学式的研究论述，把它当作大规模长时段历史过程的一部

分，那么这就超出了我们本章的范围了。本章所要做的工作只是勾勒这种研究方法的轮廓：第一，我们要挑战这样一些后现代主义的主张，即挑战这样的认识（这种认识尽管经常是含蓄的）：后现代主义是较好的方法论，已经发现了历史过程中重要断裂，我们已经被它推入了（或已处于）后现代文化的边缘，最终面临着后现代性的时代或反时代。第二，试图尝试性地提出，后现代主义应该根据群体间的动态联系过程来理解[②]。更具体地说，我们需要知道谁是后现代符号商品的生产者和接受者。我们需要考察实际的后现代主义实践，去发现各领域（艺术、建筑、音乐、文学）之中起作用的动力及其过程。对于知识分子与学者，同时还要考察，加速他们在这些领域中作为生产者与传播者之角色的互换与循环的新条件。这使我们想到了外围者对主导者的策略、垄断与争夺过程、通货膨胀[③]的后果等。这些变迁自身应与长时段的历史过程相联系，是它导致了符号生产、传播及再生产领域的专家人数的普遍增长，改变了他们与其它社会群体的社会联系，并使他们的总体性社会福址、论证和表达其社会

---

② 这不是说后现代理论（这里我想到了利奥塔、德勒兹、福科、德里达、鲍德里亚、瓦蒂莫与罗蒂，并意识到他们中某些人并不认为自己属于此例）是颇有麻烦的、有害的问题；它也不是仅仅表征向原来非理性形式的倒退，因而一旦离开社会学的解释，它们就会比以前走的更远。相反，后现代理论是对当代西方社会中变化了的、具有重要的元理论与方法论涵义的知识与文化结构环境的反动。存在的形而上学、文本与修辞结构隐含的元叙事合法性、再现的修辞手法与手段[隐喻、举隅法（synecdoche）、交错配列（chiasmus）等]，可以在不同历史时代的历史框架中甄别出来，它们表明的是当时获得确定性的知识（见怀特，1973；班恩，1984）。我们需要准备面对这样一些问题，它不是在客观性与相对主义之间作选择，而是如吉登斯那样，去获得后现代文化分析模式的洞察力，对长时段大规模的社会过程进行研究的洞察力。的确，我们需要小心，不要错误地再现反基础论，也不要强调反基础论的立场，可以进入埃利亚斯和吉登斯两人以不同的方式所申言的长时段、大规模社会过程的理论。

③ 通货膨胀，inflation，这里是指文化产品的过剩，下同。——译注

影响的能力，都同时得到增长。这并非认为，中产阶级群体、以及最近被称为新型中产阶级的群体，他们的出现、人数的增加、权力潜力的扩大，可以归结为那些文化资本新型阶层的上升，尽管这些新型阶层正挑战着那些以过时的经济资本权力的增加为基础的旧资产阶级。从事符号生产的知识分子与专家，远未如35 古尔德纳(1979)所说的那样，正在成为新型的统治阶层。不过我们已经说过，不应低估经济专家与符号专家之间的相互依赖关系和平衡关系的变迁。这一部分新型中产阶级或者说服务阶层(拉什、厄里，1987)的出现与扩张，不仅产生了符号生产与传播专家，同时也创造了一批对广泛的后现代文化、符号产品及其体验更为敏锐、更能适应的潜在观众。

再具体点说，与后现代主义在本世纪六十年代的艺术领域及七十年代某些学术与知识领域中的出现相关，特殊而规模庞大的同代人群体、“六十年代的一代”及其追随者，也应是重点考察的对象。这批人在接受高等教育的人数上比从前要多得多，他们有了自己的既定取向，养成了独特的品味和秉性，并且一直影响到了他们的成年生活。在此可以认为，是艺术家和知识分子，发现、总结了特定的代际意识定义，并传播给了各界公众和市场。然而，就是在这种意义上讲，他们所详细阐述的“六十年代的一代”的感受力，并没有充分表达具有不同的商业、工业、科学等背景或抱负的成员，他们那较为稳定和传统的生活取向到底有什么不同，相反，所大肆渲染的，是对以审美形式呈现日常生活、情感控制的解除以及非正式化过程。人们倒是经常观察到，在“六十年代的一代”与一系列可追追溯到浪漫主义运动的反文化运动(counter-cultural movements)之间，存在一个前后相继的连续体(阿伯拉姆斯和麦克库罗赫，1975；马丁，1981；威斯，1986；萨耶与洛维，1984)。

令人感兴趣的是，随着那些既充当符号商品生产者又充当传播者、既充当消费者又充当文化商品之观众的专业化特殊职业群体的扩大，把艺术家举为英雄、让有风格的生活样式进入艺术作品等，这些表现审美化生活的筹划（既是对艺术家的筹划、又是对生活方式的表达），在知识分子与艺术圈以外的广大观众中得到了共鸣。布迪厄（1984）称为“新型文化媒介人”群体的扩大，也包含了文化商品的合法性范围的扩大，旧的符号等级秩序的破除。持续关注新文化商品与体验的新品味创造者，也同时充任了大众的教唆者，并指导着人们的生活与生活方式。他们鼓励文化商品的膨胀，不断地利用艺术和知识的潮流来刺激人们，帮助人们通过手头的工作来建立创造艺术与知识的新条件。新型文化媒介人存在于市场取向的消费文化职业——如媒体、广告、设计、时尚等，存在于国有与私营的服务业、咨询业、教育和治疗等职业中。要理解后现代商品和实践的可接受性，我们就需要研究这样的社会过程：符号生产中较为著名的专家是如何出现的，特别是艺术家、知识分子、学者及文化媒介人等群体之间关系是如何变迁的，以及在他们身上经常转换的商人、政客、管理者等形象之间的相互依赖关系如何。当然，伴随着英国越来越浓烈的撒切尔主义以维多利亚价值的名义对艺术家与知识分子所进行的攻击，布迪厄（1984）所称作新型小资产阶级与旧式小资产阶级之间的斗争，仍然一直进行着。不过，注意到在符号生产与传播领域中，专家们所进行的反抗，以及在不利的情景中采用新的战术策略的能力，也是饶有兴味的。确切地说，也许我们应该去看看埃利亚斯称作平衡隐喻（metaphor of balance）的过程：在六十年代，风向转到了符号生产的中心，而在七十年代却又离开此处飞向了一个在八十年代更大的经济生产领域（乌泰斯，1987）。我们毋须被文化领域与经济领域之间的斗 36

争观念所蒙蔽，对其中基本的相互依赖关系与联系方式，也应有充分的了解。在八十年代，巨大的金融资本也许就为后现代建筑或膨胀的艺术市场提供了资助；城市发展鼓励文化领域的专家移居到新开辟的城市区域（如佐金描述的纽约的索霍区[④]，1982a，1982b）中去，以加速城市新贵优势的形成，并提高城市的名望和符号资本。因此，也许存在一种专门的场所，它所指涉的就是"后现代化"进程。（库克，1988）

文化与知识场域中后现代主义的发展

如果我们要较为详细地考察这些变迁，那么最好首先把焦点对准具体的艺术、知识和学术领域中那些有后现代主义发生的地方。首先，在所有建筑、文学、音乐、艺术、摄影、表演艺术、哲学和批评领域里，还不存在统一的后现代主义观念。例如，詹明信（1984c：62）就区分了利奥塔的后现代主义的后现代主义与詹克斯的反现代主义的后现代主义。在詹克斯回顾最先使用这一概念的著作《后现代建筑语言》中，他这样告诉我们：

> 当我最先在一九七五年和一九七六年写作这本书时，后现代主义（Post-modernism）这个词和概念只在文学批评中偶尔使用。最使人不安的是，象我后来才意识到的那样，这个词已经被当作"超现代"（ultra-Modern）在使用，它指的是威廉·巴勒斯的极端主义小说、虚无主义哲学及反常规行

---

④ 索霍区（SoHo），在纽约曼哈顿的Houston Street南面的一地区，曾以先锋派艺术、音乐、电影和时装款式著称。本书多次提到此地名，多以其作为后现代主义文化集中地和文化新中产阶级聚居地为要。SoHo，其意为South of Houston，又与英国伦敦夜总会、国际饭店集中区Soho（索霍区）谐音。——译注

动。当我意识到雅伯·哈桑及其他一些人的著作后，我用这个词来表示所有与下面这些涵义相反的意义：先锋派极端主义的终结、向传统的部分回归、与大众相交往的核心作用、建筑就是公众的艺术。（詹克斯，1984：6）

在文学批评领域，斯潘诺斯使用后现代这个词也早有些年头了，但他也许没注意到先前的文学批评者如哈桑在六十年代就使用过这个词。象詹克斯那样，斯潘诺斯回顾了他最早在创办《第二疆界》（Boundary 2）杂志时对这个词的使用情况： *37*

在一九七〇年秋天……我说服我的同事、小说家罗伯特·科罗斯奇说，创办一本关于“后现代文学”的杂志《第二疆界》的时机已经成熟了……我们对《第二疆界》所加的副标题“后现代文学杂志”，证明我们为当代美国文学史的批评话语系统引入了一个基础性的词汇。然而，在当时，我根本不敢确定我们将用“后现代”这个词来打算做什么。促使我使用这个词的是，我有一种强烈感觉，即文学的现代主义，尤其是作为文学批评的话语，已经没有出路了，由现代主义界定的各种不同的社会文化空间，经过十九世纪后几十年及二十世纪前几十年后，已经自我封闭了，并且已完全走向了另外一种形式，进入了另外一种疆界范围。（斯潘诺斯，1987：2）

上面这两个例子似乎都是优先考虑他们自己的具体领域中的问题的。他们使用这个词，都是希望去探索、指明、确立某种断裂，并使之合法化。同时，他们促使人们运用一种新的分析模式，以区别于他们自己领域中已有的分析方法、尤其是现代主义

的分析方法，这就是后现代主义。七十年代中期以来，在评论家、艺术家、学者之间，一直存在着广泛的信息交流。他们抓住了这个词，并试图发掘它的意义，使后现代主义的含义具有更为一般的可接受性。

"命名"的艺术，对于热衷于与其他群体进行争斗的群体成员来说，本身就是一种重要的策略。象后现代主义这样一个由外围者或新来者所使用的新词，也许只是当他们通过已经存在的合法等级结构寻求上升机会但又受到限制时，才会出现。这种先锋派的策略，是为了营造一块超越现有等级的空间，最大可能地在他们自己领域中重新确定分类系统，并宣告原有的分析模式已经过时了，因而要加以重新设计。

把后现代主义视作最初兴起于艺术领域的先锋派策略，并把它置于长时段历史的先锋派运动中考察，即不仅追溯到一八五〇至一九七〇年之间的巴黎，而且还追溯到本世纪二十年代在苏联、德国的未来派、达达派、超现实主义运动及先锋左派，这是很有意思的。但这种方法的问题是，它倾向于着重考虑，在不同历史时期的外围者之中策略之相似性，倾向于考虑周期性爆发的对抗与冲突。当然，在不平静的相互依赖关系中，符号生产领域的专家们发现他们自己忙于与经济专家们进行对抗与冲突，或者说忙于与"永久性"的、流转不息的行动主义、对抗主义、军国主义和矛盾冲突主义交战，但这些运动都是需要进行全面审视的（波吉奥里，1973）。同时，十九世纪五十年代以来先锋派在大都会中心出现、并进入公众生活、与公众交往，以及职业阶层与有闲阶级的需求等方面的一般条件，与具体运动的特殊条件之间的差别，这种方法也没有将之有效地区分出来（塔格，1985/6）。实际上，说起后现代主义，我们所想到要加以考察的，就是当六十年代纽约出现后现代艺术时，艺术家、批评家、知识

38

分子、商人及艺术机构之间的特定关系。我们需要意识到：当这批人生产和设计后现代文本/客体、反文本/反客体时，他们也许拒绝了与从前先锋派在工作方式上的所有相似性。事实上，那种与某种先锋派运动相一致的情形，是迫不得已而为之的，尽管批评家、商人及艺术机构的活动，为明确标识与从前先锋派之间的决裂、促进新的前卫运动的形成，已经尽了自己的努力。

的确，六十年代后现代艺术的一个特征就是对制度化艺术的攻击，即对博物馆和美术馆、品味的严格学术等级化、如同陈列泾渭分明的物品那样供奉艺术作品等做法加以抨击。对自主的、制度化的艺术的攻击，本身并非是什么新的东西：如伯格(1984)所说，在二十年代就有过拒绝审美主义的历史先锋派。有趣的是，在六十年代，人们恢复了对达达派、超现实主义运动的兴趣，尤其是杜尚[5]的作品（于森，1984）。有人还研究过，后现代主义首先出现在二十年代的那些最早实际使用后现代主义词汇的历史先锋派人物中（拉什与厄里，1987）。在六十年代，我们有过相似的、也许是更为极端的尝试，曾试图去推倒艺术与日常生活之间的藩篱，拒绝艺术作为博物馆的拍卖商品。这里不禁使我们想起克雷斯托来。他是一个比利时—美国艺术家，曾经设计了“偶然艺术”和大地艺术。他的那些“事件”包括澳大利亚海岸被围裹的部分及松散悬挂的科罗拉多大峡谷的巨大的幅式景观。通过强调即时性体验来拒绝永久性艺术对象，反对艺术作品的物化和商品化，这样一种反艺术的企图，不久就在摄影、电影、书本及克雷斯托本人的作品展览中表现了出来。这

---

⑤ 杜尚(Marcel Duchamp，1887－1968)，法国画家，达达派代表人物，创作“现成取材”的作品，如以尿壶为素材的《泉》、带胡须的《蒙娜·丽莎》等，作品怪诞，以虚无主义对待艺术传统，一九九五年入美国国籍。——译注

样，它们又找到了自己重返艺术机构的途径（马丁，1981:110）。

苏珊·桑塔格(1967)，这位六十年代先驱式的后现代批评家论辩到，以这种情形看，艺术物品不能是一个文本，而是世界上的另一种可感对象。这种新的感觉艺术对音乐、舞蹈、绘画、雕塑和建筑的钟爱，要甚于小说。对推理与思考的反对，对感觉与艺术形象的最初直觉的强调，导致了以身体美学为特征的后现代美学的产生(拉什与厄里，1987)。用两个简单的例子可以来说明这一点。第一个例子是奥本海的身体艺术[⑥]。一盘标题为"我失败了"的录像磁带展示了奥本海试图将自己淹死在一个水箱中的情景(也许这是对达利[⑦]早年《倒置的潜水艇》的一个模仿。在《倒置的潜水艇》中，达利表现了他快要淹死了的情境，这在他的自传中有所描述)。另一个录像画面展示了一些徐徐向下的岩石，正落向奥本海的腹部。他以多媒体形式表现的"扰乱性艺术"的录像带，则展示了这样的画面：奥本海吃下十个姜汁面包人(gingerbread men)，随后关于其排泄物的微缩彩色胶片中便出现了姜汁面包人。他计划将之陈列于美术馆中(使人误解为那仅仅是抽象绘画)。随着磁带的放映，整个咽下面包到排泄出来的过程便都呈现了出来(沃尔，1987)。第二个例子是澳大利亚身体艺术家斯特拉克的作品，他运用医学仪器将他自己身体内脏情况——血液流动、肌肉、心跳等——放映出来，他自己的五脏六腑和"听觉景象"表现得既使人恶心，又使人感到神奇(科洛克尔与科洛克尔，1987:vi)。

39

---

⑥ 这里身体艺术与古典的、或现代艺术领域中的人体素描有很大差别，它表现的是人们对身体人体以及各个部位的感知、或动作表现，因此有人将 body art 中 body 一词，直接译为"肉身"。——译注

⑦ 达利(Salvador Dali，1904－1989)，西班牙超现实主义画家，作品以探溯潜意识中的意象为特征，代表作有表现幻想境界的《记忆的永恒》等。——译注

令人费解的是，怎样能想象这样一些表现重复与偶然性的身体艺术、偶然事件或艺术，会再次跻身于原有的品味等级与审美体系之中的（在音乐中，我们想到了布莱尔斯的《泰坦尼克号沉没》，这部作品试图去模仿水底下弹奏的音乐，并且只要以任何一种方式演奏，就能达到与一些视觉作品或艺术相似的表现效果；劳里·安德森的音乐，调动所有的乐器来表现与她声音一致的节点，竖琴自由地去连缀散落的音响段落）。当然，这里的要点是：推翻旧的高雅文化与大众文化的旧界限，挑战那些自主的创造性艺术家观念、以及现代主义艺术所要求的工匠式艺术定义的观念，从而告诉人们艺术到处都存在，不仅仅是在身体内部，而且还在为人所瞧不起的大众文化视野中。因此，在本世纪六十年代兴起的流行艺术及其文化断裂的特征，就与反文化(counterculture)的兴起联系在一起了。（见赫布迪吉，1983；于森，1981；马丁，1981）

只有通过艺术家与批评家、知识分子们的联系，才有可能详尽阐发他们自己对生产后现代艺术作品/反作品的筹划的自我理解。这一点意义重大。人们经常评论的是，从后现代主义来看，批评家已经扮演了比从前更具影响力的角色，“后现代主义即使没有已形成的这种艺术的运动，它也成了批评家的一个（口头禅式的）词汇”（布拉德伯格，1983：325）。六十年代末期以来，艺术家与理论工作者人数已经有了较大的增长(随之而来的艺术机构的普遍增加、艺术理论与文化批评书籍出版与杂志的发行、以及各类观众人数的增加，有关这些问题我们将放在下文讨论)，但我们不应过分地将此与十八世纪以来符号生产领域中专家人数与权力潜能的长时段扩张过程相联系。十八世纪以来，作为独立学科的美学与艺术史学的成长、文学期刊的发展、作为独立专门职业的文学批评等等，都业已出现；科学院、展览

馆以及艺术生产与传播的特殊场所——音乐厅、美术馆、艺术学校、大学、博物馆等的增加，等等，也都出现了（伯格林，1985/6）。如果今天人们认为批评者或哲学家不仅更积极地参与了对艺术实践的阐释，而且还促进了艺术家们的特殊理论的形成的话，那么，应该强调的是，这种情况决非独一无二。正如我们所提到的，针对第一次世界大战末期的社会状况脱颖而出的达达主义运动，曾被认为是对所有艺术的玷污，并非仅仅是他们自己所看到的那样，是一种荒谬的战争文化。他们高度强调荒谬的"为了艺术的命运而艺术"的美学主义，拒绝使用任何符码，对蒙太奇的强烈偏好，为展示每个文本的多种释义而对文本的虚幻统一的攻击，都表明他们受到了尼采哲学的影响。有趣的是，达达派奠基性人物之一，雨果·鲍尔，曾经就写过一篇关于尼采的论文。（昆兹里，1987）

在七十年代的美国，人们也发现了一种相似的过程，那就是与德里达用解构替代尼采的过程，它成了通过次级文本、杂志及杂志评论等更为密集的网络来传播后现代理论的一个重要参照点。举例来说，在摄影领域，纽约评论家推动了解构理论的发展，道格拉斯·克里普认为，照相不再像原来那样，总是去复制原件或反映"已经看见"的东西。因此，照相可以虚拟或代表一种共同意像（谢曼），去翻拍公认的高雅艺术摄影家们那永恒的艺术作品意像（莱文）、或翻拍广告意像（安德，1984）。

当然，不能过分认为后现代主义代表了较大的社会过程中一种断裂或危机，那只不过是知识分子自己领域中一种较为具体的危机症侯而已。事实上，后现代主义表征的是知识分子们对自身筹划的普遍有效性潜能失去了信心。知识产品货币的自我贬值，同时也是更为普遍的社会贬值。因此，后现代理论所强调的，就是哈桑（1985）所发现和归纳的一些趋势：不确定性、开

放性、多元主义、随机性、折衷主义、非连贯性、谬论、文本间性、"多"对"一"的优越性；还有内向性(immenances[8])，对我们内心世界的认知、我们自己晦涩的符号之自我构成、在传播和扩散那些丧失了现实意义的历史记号以及所有其它元叙事时的陷阱。有人认为，在后现代主义旗帜下，反哲学的、反基础论的哲学之出现，反映了西方知识界对自身筹划的优越性、对确立促进人类进步的普遍真理、道德及品味标准的权威和能力，都失去了自信心。鲍曼(1988)把这种对多元主义的文化认知与知识分子在社会中的角色变迁联系起来，把它与缺少再生产支配结构的合法性(这种权威存在于今天的国家中)相联系。知识分子的身份就进一步决定于文化商品生产的大规模扩张，但他们不能再控制美术馆、出版社、电视之类的东西。的确，人们已不再把他们当作"美术馆的所有者、出版商、电视的制作人"来咨询。其他"资本家"或"官僚"、"市场行动主体"主宰着这类事情(鲍曼，1988：224)。稍后一点，我要谈及我所喜欢称之为"新型文化媒介人"或"新型知识分子"或"准知识分子"的人、以及符号商品生产中发生通货膨胀的一般条件。

41

如果我们来考察知识分子场域(请记住，"知识分子"这个词包含了符号生产领域中的大多数专家、以及今天具有学术制度基础的大多数人，它决不是一个毫无问题的概念)，我们会因他

---

⑧　这里，作者使用了伊哈伯·哈桑的两个术词。不确定性(indeterminacy)就是"由不同概念所共同勾勒的一个复杂范畴：模糊性、间断性、异端、多元性、散漫性、反叛、倒错、变形"(见哈桑《后现代主义转折》，王潮选编《后现代主义的突破》，敦煌文艺出版社，1996年，第29页)。内向性(immenance)，指"心灵的能力——在符号中概括自身，愈来愈多地参与自然，并通过它自己的抽象概括而作用于自身的能力，它因而逐渐地、直接地成为了自身的环境"(同上)。哈桑认为，不确定性和内向性是后现代主义的基本特征，因此他创造了"不确定内在性 indetermanece"来表达后现代西方文化的自我矛盾、自我对立解释的特点。——译注

们的实践与艺术家们的实践如此异曲同工而感到惊诧不已。如布迪厄(1983b:4)所论:“与艺术家相似……哲学家以一个未经创造的创造者(uncreated creator)自居,他们并未受惠于任何制度”。知识分子的“知识中心主义”(intellectual centricism)有碍于他们把自己的实践当作实践来思考,当后现代理论所理解的反基础论提供了对哲学普遍主义以必要批评的时候,人们还经常无法观察到这样的转变,因为除二元对立的观念外,还有许多东西都如同乌云一样掩盖了普遍主义与相对主义的差异,降低了此类概念自身的出现与人类知识基础之发展相联系的可能性。因此,普遍主义的衰落势必会导向多元主义与相对主义,因为在多元主义或相对主义中,知识分子仍可把他们自己看作是“未经创造的创造者”——如果现在已不是作为普遍公理的创造者的话,那么根据选择特性,即根据在假定的有限位置范围内,他们会对作出选择的随机性和相对性加以强调。对普遍主义的批评(常常把它夸张为谁都难以信任的假想敌人),使普遍主义与多元主义、绝对主义与相对主义、卷入和离出之间可能出现的种种调和与平衡,都被大打折扣了。在假设历史的车轮总在以上这一系列特定对应关系中来来回回的时候,或者说,在我们终于有了令人振奋的勇气来洞穿虚假的表征,它以符号图式来表征无限的人类永恒条件,从而得出最终毫无意义、无实质内容的冗长夸张之文字的时候,我们也偷偷地强调着普遍主义的重要性。事实上,我们所有能做的,无非就是加入到这样的意指游戏中来,从而使艺术成了知识的主导范式(考夫曼,1986),科学、社会科学、人文学科中的情形都是如此。这也许是那些后现代理论家为论证自己的观点,而把哲学史写“薄”的一种手法,如阿拉克(1986)所说,利奥塔、罗蒂就是这样的理论家。

确实,在过去那些年里,知识分子在关于普遍性图式方面显

露出了明显的天真。而把目光紧紧盯在这一点上，却也携挟着我们自己的知识比过去知识分子要进步的观念，并且，我们也是根据这种观念在严厉抨击他们关于进步的错误信念。同时，我们还忽视了知识分子场域中的多样性，忽视了后现代主义与至少从浪漫主义时代开始就泛滥于西方知识分子的生活中的那种实质性的、反对社会基本原则的反文化潜流之间的关系。在这一传统中，他们力图发展艺术与知识之间联系的理论化模式，并把审美趣味当作一种知识标准，把生活的审美意义当作生活的指导：这样的传统就可能为尼采留下了活动空间，但这也是后现代、后结构主义者，解构主义理论家如德里达、福科、德勒兹、鲍德里亚等人所尊奉的传统。（见梅吉尔，1985；拉吉曼，1985）

42

为清除阿拉克(1986)的那种隐喻说法，那些通过采用经验材料来验证后现代主义之兴起而将历史写“厚”的知识分子(这里阿拉克引用的是P.安德森、贝尔与詹明信的观点)，有时会以知识分子的经验为证据来讨论广泛传播的后现代文化之存在。这里，我们要特别地提起詹明信(1984a，1984b)与贝尔曼(1982)的著作。举例来说，詹明信(1984b)表明了后现代主义的两个基本特征：(1)由实在向影像的转化；(2)时间如精神裂变式地碎化为一系列永恒的当下片断。问题是没有任何证据可以说明男人们和女人们是如何从事日常实践而实际形成了这些体验的。所以，我们需要将那些热衷于扬名，热衷于创立新的教学法以培养后现代主义之大众的所有知识分子、建筑设计师、批评家及文化媒介人的那一套企业家式的角色与策略，纳入到我们的分析中来。此外，就一些后现代批评者们而言，他们强调的是文本的文本间性及多维可读性(multireadability)，可是，还有另外一些人，与假定片断化与差异相对照，他们的预设前提却是经验统一体优先于话语。这与资本逻辑或现代化的全球化过程相应，并产

生了可以由批评家们将之作为经验统一体的呈现来重新解读的表意范围(塔格,1985/6)。这种整体感,导致了诸如"后现代时代"之类的总体化,也导致了"后现代文化"的次级总体化以及设定整合和统一文化的"文化领域",而这又常常从一些主要的系统命令(master system imperative)或诸如"资本逻辑"或"文化逻辑",或"轴心原则"等演绎而来(如詹明信,1984a;贝尔,1976)。忙于各种争斗、权力平衡与相互依赖的特殊群体,他们真实的实践几乎被回避过去了,因为从经验层次到较高整合水平的概念层次之间出现了某种跳跃,或反过来说,情况也是如此。

实际上,一门后现代主义的社会学将不得不认真研究竞争、垄断、反垄断及篡夺的过程,研究在符号生产中不同专家群体之间产生的、外围者与主导者之间的种种斗争策略。在那里,"后现代主义"一词,成了群体间争斗的一种赌注。这倒告诉了我们,要去收集证据,以便能回答这样一个问题:谁在使用后现代主义这个术语?它被用于什么样的具体实践中?哪个群体拒绝使用它?具体来说,这个术语在哪个地方使用?存在特殊的后现代主义场所吗?关于这些问题的部分答案,应该从特定的知识、学术和艺术场域中该术语的出现、发展及使用方面去寻找,到性质不断变化的实践所导致的场域之间的更大程度上的相互变换中去寻找。不过我们还意识到,这些变化本身也许依赖于使文化媒介人人数明显增加的那些变化,并由此而被加强。原来的符号等级秩序的动摇与瓦解,就不仅仅是外围艺术家与知识分子的僭越式或先锋式的策略行动的后果。而且,各种符号与文化产品(包括消费文化产品,而非仅仅艺术与知识产品)的供应与需求两个方面的增长,也会导致这样的分化瓦解。在中产阶级内部,文化产品的新型媒介人及新型观众人数的增加,其本身必须根据国家、经济、商业专家与符号生产专家之间更为广

43

泛的相互依赖关系的变迁来理解。而这些群体人数的增加，正是艺术发展的长时段过程的一部分。尽管目前由于权力平衡更为强烈地转移到了经济专家这边，从而出现了某些反复，或对符号专家提出了更多的否定性评价，但是，这个过程还是在继续。现在，我们就来看看这些变迁吧。

新型文化媒介人与后现代主义之中心

社会学中关于新型中产阶级的论著已经有许多了。实际上，有人认为社会学自身的兴起与这个阶层的霸权主义动机是有联系的。他们试图以霸权的方式扩大自己在知识、符号产品方面的福祉，以文化资本对抗经济资本（古尔德纳，1979）。尽管这种观点有时候无视经济与文化专家之间的相互依赖关系，无视自主性正日益增强的经济专家及其理论家（正是他们发展了经济学作为一门科学的自主性，并使之有效地成了对社会所做的首次科学分析（埃利亚斯，1984a））的重要性，但是，我们确实需要注意中产阶级中符号生产与传播的专家们的潜在权力的发展。关于新型中产阶级的兴起与形成的问题，关于试图在马克思主义阶级理论中解释他们的作用的问题，存在过很长时间的争论，它太复杂了，在这里我们确实不便于探讨（见布鲁斯—布里格斯，1979；比里斯，1986；卡特，1985；巴伯勒特，1986）。一些人也许对这样的说法有争议，在德热拉斯、加尔布雷思及其他人之后，人们更喜欢将之称为"新型小资产阶级"（布迪厄，1984），或者将之称为"知识阶层"或"新型阶层"（布鲁斯—布里格斯，1979）。更近一些，又有些人提到了"服务阶层"的扩张（雇主，经理及专业技术人员）（拉什与厄里，1987），他们指出，在一九七一年到一九八一年间，英国服务行业实际上增加了五十万个工

作岗位。一九八一年，服务阶层占全部劳动力的13.2%，而在一九七一年只有11.0%（见库克，1988）。

44 关于"雅皮"（Yuppy，年轻的城市专业职员）的出现，也存在大量的争论，其中大多数是媒体的记者们冷漠的推测。一些人认为，他们是美国急速成长起来的青年一代中的精英，并认为，迅速成长的这一代，即使不能算作是真正的雅皮士，但也有着相似的态度，是"消费取向的"雅皮士。伯内特与布什（1986:27）证明，在一九四六至一九六四年间出生的这代人中，尽管只有14%可以认为是雅皮士，但大约50%的则可算作"消费取向的雅皮士"，在美国，他们大约有三千万之众。对他们的生活方式与秉性的系统研究是必要的，这种研究可以使我们了解这些雅皮士们到底是怎样一些自私的"完美消费者"，是怎样的自我陶醉、精于算计的享乐主义者。正是对"雅皮士"概念的阐述，把我们的注意力引到了二战后的那一代人，他们中许多人有一个相对富有的童年，受过较高的教育，在六十年代度过了他们的少年和青年时期，在七十年代和八十年代，又大批地涌进了竞争激烈的就业市场。因此，可能的情况就是，在这一代人中间，形成了一系列独特的生活品味和特殊的分类图式，当他们中的一些人步入中年并在不同的组织中获得一定的权力地位后，这些东西就会对社会产生持续的影响。

尽管新型中产阶级的定义经常包括管理者、雇主、科学家和技术人员，而我则更愿意用它来集中表示正在扩张的"新型文化媒介人"群体（参见布迪厄，1984）。这些人从事符号产品的生产与服务工作。早些时候，这些工作被叫做市场销售，广告人，公共关系专家，广播和电视制片人，表演者，杂志记者，流行小说家及专门性服务工作（如社会工作者、婚姻顾问、性治疗专家、营养学家、游戏带领人等）。如果我们去观察这个群体的习性（habi-

tus)[9]、分类图式(classificatory schemes)与秉性，就会注意到，那些采取向生活学习之策略的人，就是布迪厄曾经所称的“新型知识分子”(1984:370)。他们对一致性认同、伪装、表象、生活方式及无止境的新体验，都感到非常神迷(见第四、第六章)。的确，他们意识到体验的范围是开放的，他们在具体场合与社区中经常缺乏定位的能力，再加上总是企图超出自我的那种自学者的自我意识，导致了他们拒绝在根本上把生活作为无限的固定符码。布迪厄(1984:371)指评到，他们通过养成自己生活的方式，一种风格化的、表意性的生活，“使得几乎每一个人都拥有与众不同的位置、别具一格的游戏及其它个人财产的外在记号，这在以前，只是为知识分子所独有”。他们积极地促进并传播了知识分子的生活方式，与知识分子一起，致力于使诸如体育运动、时尚、流行音乐、大众文化等成为合法而有效的知识分析领域。那些在媒体、学术、知识生活之间运作的文化媒介人，能够轻巧地在媒体中播放一些大众知识节目。如英国电视第四频道的系列节目“现代性及其不满”，BBC广播中诸如“新的惊诧”等关于现代艺术的系列节目，这些都促使了一些新型的、有名望知识分子的产生；他们对大众流行从未表现出半点厌恶之情，实际上他们总是热情地对待每一位普通人。这些文化媒介人为消解横亘在大众文化与高雅文化之间的旧的差异与符号等级，提供了有效的帮助。这样，对知识产品与艺术的、知识分子的生活方式的心

45

---

⑨ habitus一词，包含以下含义：1.它指引发结构性的、客观统一的社会实践的一个持续的、可转化的意向(dispositions)系统(见P. Bourdieu, 1979)。根据布迪厄的说法，意向(dispositions)，是指每个人长期处在其社会位置上所习得的一种应付该客观位置上各种活动的生活经验和自我调节方式，habitus作为意向系统，它在意识和语言层次之下，自我反省的监控或意志控制之上。见P. Bourdieu, 1984, DISTINCTION, 466页。——译注

仪景仰,就有助于在新型中产阶级内部产生新型的观众。并且,就产生新的符号产品与体验、知识与艺术的生活道路而言,其潜力还远胜于此,因为它们可以为那些融汇、传播于后现代主义之中的感受性(sensibilities)所接受。

当然,这种感受性的起源,可以追溯到很远的历史,是长时段历史过程中的一部分。自浪漫主义运动以来,文化生产的专家们就投身于较大的情感探索和非正式化(可以与经济生产领域的专家相对照)。为了适应艺术的要求,他们喜欢毫无拘束,喜欢艺术豪放派的生存方式。很清楚,二十世纪六十年代是一个以"反文化"著称的时期,人们攻击情感的限制,以松懈的态度来对待正式的着装、表现和行为举止。此时,与流行看法相反,乌泰斯(1986)根据埃利亚斯的研究方法认为,这种明显的非正式化情感,并非表示失去了控制或控制的中断,相反,他们的情感出自于一种更大的自我控制。面对危险与痛苦、从前被压抑的情感,既需要放松,又需要高度的控制:"对情感的消解性控制"(de-controlled control of emotions)。非正式化过程、不太严格的行为准则及对情感与精神的松驰,要求个人之间表现出较大的相互尊敬,对他人的行为与情感予以更多的尊重和关怀,同时,要有能力去鉴别与欣赏他人的观点与看法。它要求在组织结构中以协商式的方式取代命令式的管理;要求层级化的组织结构中加强流动性,提高角色扮演的灵活性(德·斯旺,1981;哈菲坎普,1987)。可以说,尽管在七十年代后期及八十年代非正式化过程有所放慢(乌泰斯,1986,1987),但是"非正式化之正式化"(formalization of informalization)并未将六十年代所带来的一切后果完全予以消解。也可以说,新型中产阶级、文化媒介人及服务性专门人才(后来马丁指的是表意性专门人才[1981]),将具有必要的秉性及感受性,以使自己更为开放地面

对情感探索、审美体验及生活之审美化。事实上,代表着后现代艺术特征的"身体"审美(aestheticization of the body),在创造它或欣赏它的时候,都需要解除对情感的控制。同样,后现代理论,那些发现或促进了精神分裂、多元神经紧张的理论,或者说,一种对体验身体紧张的、解码过的前恋母情结(pre-oedipal)的"返回",也要求更大的情感控制的解除。由于外围者要求并使用了更多的非正式化过程、更多的表现艺术作品与自身的风格,因而还可以说,协商式的管理方式已经渗透进学术机构之中了。关于这种情况,波罗克(1985/6)提供了一个有趣的讨论:从前由艺术学院讲师们(大多是男性)所维持的审美鉴赏原则与作品的表现模式,受到了新一代年轻女生们的挑战。 46

新型中产阶级对美学、风格、生活风格、生活的风格化及情感探索的感受力在不断增强,而这又与艺术家和艺术媒介人人数的增加,乃至一般意义上该职业的社会声望的上升,是平行发展的。实际上,由于艺术豪放派与外围者的反差在逐步减小,因而他们身上存在的差异性特征,就更可理解、更可接受了。在一些艺术中心,艺术职位数量的增加颇具戏剧色彩。佐金(1982a,1982b)在她关于纽约索霍区的研究中指出,六十年代在纽约工作的艺术家,估计在一千到三万五千人之间,然而,七十年代初的人口普查数据则显示,这类艺术家大约已有十万人。艺术工作岗位的增加,部分原因是国家对艺术的保护程度提高(见迪马吉奥与于塞姆,1978),以及企业领导人对艺术的态度发生了改变。一九六五年以降,在美国教育与文化机构中,受国家资助而从事艺术工作的人数也急速增加。这样一来,所产生的后果之一就是,艺术与其它职业之间的距离缩小了,艺术中相对稳定、有保障的职业发展了起来,其"艺术视野"(artistic vision)也更加贴近普通中产阶级的生活了。佐金(1982a:436)写道,"艺术远

非是对'资产阶级的震撼',而是成了资产阶级的美学视准"。对艺术的这种强调,就产生了一代实践者,而不是想象者或创新者。艺术也就很少精英化而更多"职业化"与"民主化"了。作为这个过程的一部分,纽约下曼哈顿的索霍区,就把新型中产阶级和上层阶级成员从城市中心地带吸引了过来,并把它重新开发为文化消费中心:如一本杂志所称,"这是美学家的迪斯尼乐园"(引自杰克逊,1985)。索霍区也因此而成了上层社会的艺术中心。在西方其他一些主要城市中,为促进艺术的发展,由于当地政府或国家都制定了相应的政治策略,商人与金融家在投资资本时,也采取了新的计策,因而也产生了一些与索霍区相类似的过程。在这样的艺术中心,艺术家、知识分子、各类文化媒介人、各式各样的观众、公众之间的相互依赖程度,正明显地与日俱增。尽管那些自视为旧的小资产阶级价值观的卫道士的代表们,尤其是职业政治家如玛格丽特·撒切尔等,可能十分讨厌这些新型的符号专家,并努力削减政府在艺术方面的财政支出。47 但与此同时,因新一代艺术投资者的增加所刺激起的艺术市场的不断膨胀,其趋势仍是有增无减。事实上,在新货币的压力下,根据在纽约索斯比的一位发言人的说法:"艺术市场几乎已成长为了另一种商业领域"(《独立》,1987 年 5 月 28 日)。

更普遍的群像(figuration),将所有职业政治家、政府管理者、地方性政治家、商人、金融家、行贾、投资者、艺术家、知识分子、教育工作者、文化媒介人以及公众等等,联结在一起。这群像导致了一种新的相互依赖关系与策略,改变着群体之间的权力平衡关系,从前那些相互对立的利益群体,现在已结成了新的联盟。

从更为一般的意义上讲,在八十年代,权力平衡的砝码,可能从有大批学者、艺术人员、专职服务人员及文化媒介人就业的

文化中心，向商业与管理中心转移。而前者的中心地位也是在与力量较弱的反对者相对立、紧张的过程中长期发展起来的（乌泰斯，1987）。当然，此类紧张的平衡、特殊的策略、相互依赖关系、竞争与冲突等，也会在今天，以一种延展了的、包摄更广、影响更深的群像的方式出现，使得人们更加难以勾勒它。然而，这急需更为详细和系统性的社会学研究，当然也可以利用对某些相似过程的研究。如乌泰斯所说，在某种意义上：

> 学术的、艺术的或社会服务的中心与商业或管理中心之间的张力平衡关系，与埃利亚斯所描述的十八世纪德国的贵族与资产阶级知识分子的张力平衡关系很相似。那时，也存在一种相似的区分，即在（资产阶级知识分子的）“（感情）深刻”、“求真的美德”和“诚实”与（贵族的）“肤浅”、“谬误”、“客套”、“道貌岸然”之间的差异。（乌泰斯，1987：24）

当然，如上所论，我们正处在一种更为广泛的群像之中。与十八世纪的德国相比，我们现在的权力平衡是在更多的群体之间进行的，而不像当时，只有资产阶级知识分子（Bildungsburgertum）与贵族两个集团。不过，这个例子对帮助我们建立和发展后现代主义社会学来说，具有较好的指导性意义。

后现代主义与生活的审美呈现

在一本很有影响的后现代文化论文集中（福斯特，1984），乌尔默有一篇题为《后批评主义对象（object of Post-criticism）》论文，大量引用了德里达的观点。他认为，批评不应追从过去那种

试图给出文本或意义以真实或正确表征的模式;相反,应该自由开放地对待寄生式的、戏谑的非线性(non-linear)写作,并以此颠倒文本的中心概念与策略。正如考夫曼(1986:187)所说,"这样的'后现代教条'的要求",向"艺术与批评应该界限分明"的观点提出了挑战,并认为"批评性著作也必须是艺术作品"。有人发现,在福科的著作中,也有相似的艺术要求,认为"艺术家是英雄"。通过对世界本源的探索,福科阐发了我们世界的界限、语言的界限(拉吉曼,1985;参见沃林,1986a;梅吉尔,1985)。可这种反叛性策略的一个问题是,它的矛头指向了并无宽容精神的小资产阶级消费者,说他们不能容忍"他者",说他们总是述而不作,等等。如果我们从长时段变迁过程来仔细考察许多著名专家所从事的符号生产与传播的话,情况也许是这样。但是,这样一种小资产阶级的姿态,却已与大部分观众发生了强烈的共鸣。这已经不是我们所见到的战战兢兢的传统小资产阶级的终结了。远非如此。事实上,在新型中产阶级内部,那些接受"美的生活就是伦理上善的生活"的观念的人数正在增加。在这里,不存在人类本性或真实的自我,我们只是一些"准自我(quasi-selves)"的集合,我们的生活可以任意地按审美的方式来构成(沙斯特曼,1988)。不断学习与丰富自我的渴望,追求常新的价值与词汇,永无止尽的好奇心等等,在所有这些方面,艺术家与知识分子都是后现代主义者所拥护的英雄(这里沙斯特曼是专对罗蒂而言的)。这一切都有一个很长的历史,它一直可追溯到浪漫主义时代。它还与新型中产阶级风格,与生活的风格化(stylization of life),经常花样翻新的生活风格的口号"没有规则,只有选择"等,有着强烈的呼应关系。这在文化媒介人的生活中也可以发现,因为他们也试图将之传播到范围更广的人群中去。

在我们文化中，对传播较为广泛的生活之审美判断的强调，总是与怀旧伤感相联系，因此某些人（如贝尔，1976）就在寻找一种宗教的复活；而同样是怀旧伤感者，另一些人（如詹明信，1984a；奥尼尔，1988）却为马克思主义的"乌托邦"或真正的"理性社会"保存了一些地盘。透过后现代主义来审视进步与倒退之紧张，詹明信自己（1984c）也处理过这样棘手问题，不过，他也没能逃脱从前哈琼（1987：23）带有反讽意味的覆车之鉴。哈琼把卢卡奇的现实主义立场当作落叶黄花来诋毁，并以此来证明现代主义是进步的那一套做法，现在因人们对现代主义的敌视而落到了自己头上。这就是那些希望评估、评价后现代主义而打头阵的人。他们起于理解我们身临其境的新运动之肇始而遇困难之时。他们指出，要理解后现代主义，就必须把它当作长时段过程的一部分，其征候就是文化生产与传播专家们之权力潜能增长；事实上，我们需要发展的是关于后现代主义的社会学（sociology of postmodernism），而不是后现代的社会学（postmodern sociology）。

第四章 文化变迁与社会实践

越来越醒目的“后现代主义”一词,引起了学术界及知识分子们的极大兴趣。当一些人把它仅仅当作短暂而肤浅的知识时髦而加以清除的时候,另一些人却认为它不仅表示与艺术的现代主义深刻断裂,而且也是与一个更大的现代性时代的深层决裂。这使人们觉得有必要把现代性的所有文化现象当作明日黄花来加以拒斥。这里,“文化”这个词不仅仅指艺术,它可扩展到更为广泛的文化产品,包括韦伯所指的,作为现代性分化过程的一部分的科学、法律与道德。这种与分化相反的过程,或者如某些人所说的“消解分化过程”(de-differentiation)”,也同样暗示着一种意义深远的文化产品之性质、意指体系(regimes of signification)的深刻转型(见拉什,1988)。向后现代转变的假设,隐含了对文化之重要性的双重强调:(1)转化人们日常体验与实践的文化生产与再生产之新技术的出现;(2)如科学、人本主义、马克思主义或女性主义所声称或鼓励的那样,既要为人类提供关于世界的知识,又要为实践行动提供权威性指导,在此意义上讲,对现代性深层文化符码的质疑,就赋予了知识以基础性地位。所以,后现代主义就引起了一系列关于文化变迁的性质、以及我们要分析的元理论之深层联系等问题。

诚如许多批评者们所指出,象利奥塔那些把后现代阐释为主导叙事(master narratives)之终结的人所面临的一个问题就

是，他们也需要一个元叙述来解释后现代的出现，而这必然包括假定"历史中断"的社会理论与社会发展观（举例来说，科尔纳，1988）。追踪这些后现代的理论概括，从哲学、文学或者人文科学的背景看，从他们的理论的反实质逻辑及反证据逻辑来看，这意味着，从前被当作事实、并为社会科学界所小心翼翼地对待的东西，现在被从一种更为自由自在的时尚的角度来对待。从最坏的意义上讲，后现代主义使"薄写"历史的手法合法化，"一切都消逝了"，或者说，对证据的别具一格的运用，最终支撑了证据被吞噬消隐的论断。与此相应，有时候，通过对新的社会秩序"失序"的先导者——文学与艺术文本加以分析，也可以收集证据来对社会过程与社会实践之转型加以概括总结、或原封不动地读取。 52

弗·詹明信理论的一个长处是，他试图在这个特殊的问题上走钢丝：既严肃认真地对待后现代，将它作为一个主要的文化转型之表征来理解，与此同时，又试图根据社会过程来解释它，并对它的实践意义作出评估。詹明信（1985a，1984b，1984c，1987）关于后现代主义的著作影响甚大，因为他不仅要探索和理解形塑后现代文化体验的特殊品质，而且试图在社会网络中对它们加以定位。詹明信关于社会及其发展的理论，来源于马克思主义。他认为，后现代主义是二战以后社会向晚期资本主义发展过程中的一种文化。本章中，我们要检讨詹明信关于后现代主义特性的某些方面，尤其是他关于文化的论述。可以说，詹明信将我们的分析目光引到了理解和解释后现代主义的社会过程与结构方面。从这种意义上讲，他的"总体化"努力（这正是后现代主义者及其他人的批评靶子！）是十分有名的（见迪兰，1987；奥尼尔，1988）。不过我还将论证，詹明信把注意力集中在文化体验而不是文化实践上，并以此来确定文化在晚期资本

主义中的地位的方式，也存在一些问题。

晚期资本主义与社会实践

詹明信(1984:125)坚持把后现代主义看作是晚期资本主义的文化逻辑，并分析了诸如后现代主义"表达了晚期消费资本主义或多国资本主义的社会系统中较深层逻辑"的途径。他把战后多国家资本主义，当作资本主义的第三阶段。这样的时期划分，是因为他接受了曼德尔在《晚期资本主义》(1975)一书中的图式。不同于把历史变迁当作资本主义积累、技术变迁的逻辑演绎结果，他的分析伴随着一个完整的文化分期。这样，对詹明信来说，现实主义与市场资本主义相对应，现代主义与垄断资本主义相一致，而后现代主义就与晚期/多国/消费资本主义相匹对(1984a:78)。从这种观点来讲，文化似乎可以看作是发生在"上层建筑层次"的东西(詹明信，1984d:xv)。尽管詹明信试图回避这种观点中经济方面的内涵，但是，十分清楚，他的文化观点主要是在"基础—上层建筑"的分析模式中展开的，这就难免产生一系列问题。下面我们就来对此加以讨论。

除了曼德尔将高级现代主义(High Modernism)、国际风格(而不是后现代主义)与晚期资本主义联系起来外(见库克，1988)，我们并没有发现任何关于现代主义在垄断资本主义社会中传播的假设。的确，值得注意的是，现代主义的地理分布很不均匀。在发达的西方国家如英国、斯堪的纳维亚诸国中，很少产生持续的现代主义运动，而在德国、意大利、法国、苏俄、美国及荷兰却时有发生。所以要把艺术运动与资本主义发展的具体阶段联系起来，是很困难的。

此外，詹明信的理论取向，倾向于把历史看作一种具体而残

酷的发展逻辑的结果。可为这种逻辑创造前提条件的，乃是阶级、群体及社会运动为赢得各自的霸权所进行各种权力平衡、相互依赖及相互斗争。但詹明信却低估了这一点。实际上，我们的注意力不应该仅仅集中于高层次的、相对抽象的资本主义理论体系，而要去关注具体群体、阶级与阶级成员实践资本主义的途经。这里，我们要提到E.P.汤普逊与P.安德森在一九六○年发起的一场关于"英语特质"的争论。一九八七年，P.安德森对这场争论进行了回顾。他为自己早年的一些观点作了辩护，强调了十九世纪土地贵族对控制英国社会的作用。实际上，当资产阶级占据统治地位的时候，封建主义并未就此简单地退却；相反，与已有理论所信奉的原则相左，在英国维多利亚时期，土地所有者仍然保持着其霸主阶级的地位(维纳，1981)。因此，认识不同的资本主义社会中，各阶层、群体在争取统治权时的不同权力平衡与支配轨迹，反对经济学著作中更为宽泛的文化差异取向，或者说理查德·约翰逊(1976，1979)称作"文化主义"的那种倾向，是很重要的。

提到詹明信关于文化的一般性特征，很多观点在此应有些说明。首先一点是詹明信关于晚期资本主义中文化作用的理论。比如，他认为通过商品形式的逻辑，人们生产出了极大丰富的文化产品。詹明信写道，"文化正是消费社会自身的要素；没有任何社会像消费社会这样，有过如此充足的记号与影像"(詹明信，1979：31)。最近，詹明信提到，"整个社会领域中文化的极大扩张取代了'文化领域的半自主性'的破坏，"我们社会中的一切均……可以说变成了'文化的'"。这样，詹明信把上面那个论断，整合到了他关于后现代文化的理论中(詹明信，1984a：87)。

关于这个论断，我要提出来讨论的是，文化饱和的晚期资本主义社会与其它社会之间，有一种暗含的对比。它基于这样一

种假设,即十九世纪的资本主义是更为纯粹的经济资本主义,交易和社会互动基于一种纯粹的交换价值,商品被当作是使用物品,而非商品记号。但一些人类学家和社会学家却不这么看。54 设想一种"经济的文化",或者经济行为的文化基础,这是有可能的,爱尔维特(1984)就是这样做的。他象涂尔干那样,把经济行为看成是"扎根于文化的经济(the culturally embeded economy)"。萨林斯(1974,1976)、道格拉斯与伊舍伍德(1980)、莱斯(1983)都指出,在原始社会和现代社会中,商品扮演了"沟通者"、文化符号的角色。所以,我们需要认真考虑产品文化所传载的观念,而不是仅仅将注意力集中在文化产品上。把经济交易本身发生在想当然地假定的文化母体中的看法,不应该不加考察地推广。雷迪(1984)在研究法国市场文化(market culture)的兴起时认为,那种说资本主义社会已转型为一种竞争市场社会的观念,大体说来只是一种幻想。在十九世纪的英格兰与法兰西,并未存在一种有效率的劳动力市场(情况也并非是如此);我们得重新阐释工业革命所带来的经济奇迹,去考虑漫无节制的竞争要求,以及那种认为人们是被获利的欲望所驱使的假设——这些构成了一种新文化,即市场文化的要素,它们已逐步地深入到了话语之中。此外,我们需要深究这样一个问题:即这个话语体系是如何被传递与维持的?而这本身就是在考察经济专家的潜在权力的上升,考察他们与其他群体的关系的变化。例如,埃利亚斯(1984a)就注意到了,诸如市场之类的社会现象的日益增长的自主性,必须与商业、贸易及工业中实际的经济活动家的权力潜能的增长相联系,与思考这些现象的自主性(经济学科学的出现)相联系。因此,我们需要去探究经济学与经济领域的社会渊源,去探究文化在这个过程中的关键作用。

此外,如果我们注意一下其他研究者的思想,如鲍德里亚,

我们就会看到一些非常不同的结论。鲍德里亚曾经探索了商品形式的逻辑,研究了极为丰富的影像,分析了与詹明信的后现代文化相似的仿真社会的增长。在《生产之镜》(1975)与《符号的政治经济学批判》(1981)中,鲍德里亚从理论上概括了商品的逻辑,他认为在资本主义社会中,商品变成了索绪尔意义上的一种记号,其意义任意地决定于能指在自我参考系统中的位置。所以,我们就可以来讨论"商品—记号"、符号的消费了。在早期论文《大众文化中的物化与乌托邦》(1979)中,詹明信接受了鲍德里亚的观点,同意鲍德里亚所描述的某些东西:消费文化与电视产生了过量的影像与记号,从而产生了一个仿真的世界。在这个仿真世界中,实在与意象之间的差异被消解,变成了极为表层的审美幻觉。然而,对鲍德里亚来说,处于资本主义商品形式之逻辑核心的虚无主义——作为对马克思加以完善的尼采主义(科洛克尔,1985)——的发现,就是这样打破了所有的"指涉性错觉(referential illusions)"。用鲍德里亚(1983a)所喜欢的一个隐喻来说:所有具有最终特权的领域——劳动、使用价值、性、科学、社会、人类解放及其理论化(利奥塔[1984]所指的元叙事)——都被一个"黑洞"所吞噬。然而,对鲍德里亚来说,商品生产的逻辑产生了一个特殊的对立物,文化一旦被确定下来,它就立即成了自由漂移、决定其它事情的东西,在某种程度上,我们可以说这是意指文化的胜利,我们也可以不必再去谈论等级或规范性了,它们属于文化系统形成的早期阶段,而现在系统化程度已降低,人们已变成了一种粘合性大众,他们拒绝按照某种固定模式对媒体影像加以吸收、反映和戏谑地模仿。这个过程既没有被任何人操纵,也不可能被操纵。(鲍德里亚,1983b)

55

在詹明信关于消费社会的描述中,他明确地接受了鲍德里亚的观点,认为这样的社会充满了记号、信息与影像,并补充说,

"现实的优先地位被颠倒了，文化调和了所有的一切，甚至政治与意识形态也被文化的最初表现模式所肢解"（詹明信，1979：30）。从上面的讨论中我们可以很清楚地看到，文化饱和与非文化饱和社会之间的区别，需要更高水平的具体事实来佐证。下面我们将看到，正是区隔带来了文化两种意义之间的混淆：所有社会都包含人类学意义或日常生活意义的意指实践，以及高雅文化意义上的文化、符号生产专家们的产品。十八世纪以来，由于符号生产专家具有为社会实践提供普遍的文化指导的假象，从而使其潜在权力得到增长，并强化了自主文化领域的意义。一种假设认为，这个享有特权的文化领域，被极大丰富的大众消费文化形象与符号所侵蚀。但是，这种假设实际上掩盖了：在市场载体、消费或大众文化、专家们的高雅文化之间，还存在一种长时段的竞争和相互依赖的过程。我们将通过对下面两个方面的进一步探究来对它加以讨论。

许多评论家都会同意詹明信的这样一个论断：现代主义/晚期资本主义/后工业社会的文化，要比早期资本主义的文化较少具有统一性（贝尔，图雷纳，哈贝马斯）。然而，这也存在我们早先讨论过的危机，因为这样一种理论观点伴随着一种错误的二分法，它隐含着传统社会的文化是整合的、统一的假设。这个观点，曾遭到埃利亚斯（1978b，1982）、年鉴学派（D. 斯密斯，1988）及阿伯克隆比等人（1980）的系统性批评。他们的许多研究指出，不能简单地把十五、十六世纪及十七世纪的通俗文化，表述为相对后来文化发展而言的先驱。遗憾的是，许多批评者屈从了"薄写历史（thin histories）"的方法，试图从静止的观点，从前工业时期的有机统一的方面，来回顾及十九世纪资本主义急剧兴起的历程，而且通常把时间追溯到一七五〇年以前，从而遗漏了大众文化的复杂性与层级分化特征，忽略了诸如狂欢、节日及

商品交易会之类的仪式性的反叛特征（见伊斯顿等，1988:20）。56
因此，把秩序参数和无序参数分别运用于对现代性与后现代性的分析方法，是值得怀疑的。利奥塔也认为，这种怀旧式的痕迹在鲍德里亚的论文中也可以发现。鲍氏认为，后现代主义导致了社会的终结，社会联系的纽带被离断肢解了，有秩序的社会转变成了一个乱七八糟的无序的大众聚合。可对利奥塔（1984:15）来说，这种观点，徘徊着一种业已消逝了的"'有机社会'之天堂"的幽灵，它暗示着"上帝死了"；对知识分子及其所追求的真理性知识来说，主导叙事的基础也许成了一个更大的的问题。也就是说，在知识分子的实践中，他们所运用的认知信仰核心，需要与普通民众的认知信仰核心进行对比。与斯多特和特纳所指出的"人们已屈从于知识分子的怀旧情绪"不一样，我们应该承认，特殊的文化型式，是不同的群体根据他们自己的特殊兴趣采用适当的记号进行斗争的时候，所传载和操纵出来的。

人们经常注意到，高雅文化与大众文化之间的明确分野，经常被那些厌恶大众文化、偏好精英主义的高雅文化的知识分子们所利用，而这正流露了他们的怀旧之情（见 B. S. 特纳，1987）。一些评论家得出结论说，随着大众文化与高雅文化之间差别的消弥，向后现代文化的转轨，给知识分子带来一种特别的威胁。例如，詹明信（1984b:112）写道：

> 从学术观点来看，这也许是最令人沮丧的一种发展，在为高雅文化或精英文化保存一块领地，以反对市侩作风、蹩脚与矫揉造作、电视连续剧及《读者文摘》文化等周围的文化气氛的时候，在向那些入门者传导晦涩而复杂的阅读、聆听及观察技巧的时候，它一如过去的传统，具有某种既定的兴趣。

当然，学界人士确实想重新申明自己在积累文化资本方面所进行的投资。在所有那些诩夸教育、考核、参照步骤以及“严谨”的学术风格的学术机构中，为反对大众文化、反对非特权者对神圣而深奥的学术文字的阅读，到处都构筑起了防护性堡垒。不过，这里詹明信也许过于看重知识分子的“同一性”了。并不是所有的知识分子都惊惶失措地看待高雅文化的消失。相反，我们可以看到，某些群体如外围知识分子（outsider intellectuals），也许更多考虑的是这种对既存秩序的威胁，而很少去关心它。实际上，通过努力表明通俗文化、大众文化及后现代文化的优点，他们自己也正加速着这一过程的发展。在平等与民主的名义下，他们攻击原有的分类体系，可到后来，他们自己也许也会根据本身的偏爱来重构新的象征等级。当然，我们并没有处于这样一种被重新垄断化的情势中，这在今天也不再具有现实的可能了。不过，还是可以认为，文化范畴的展开，创造了一片57 新的空间，它对现在可以接受的大众/通俗文化商品的新解释、读物及翻译，提出了新的需求。并且，在学术领域，每个记号都可以采用新的制度化教学。在本章结尾，我们还将回到知识分子和后现代主义这个主题；足可以说，目前学术界内外正面临的消解文化分类阶段，激发起了人们对大众通俗文化与后现代主义的兴趣，并且，尽管这为一些符号专家与文化媒介人提供了大量的机会，但也削弱了另一些符号专家们的权力基础。

体验与实践

下面我要来谈谈詹明信的研究取向。詹明信关注的是后现代主义体验，但忽视了后现代主义的实践。区分评论家们所谈

论的后现代主义体验与具体群体与阶层之成员在使用后现代文化商品的具体实践中的具体体验，是很重要的。就后者而言，我们有必要去分析符号生产专家（如艺术家、知识分子、学术研究人员）是如何在他们自己的实践中使用后现代主义的，也有必要分析具体群体的成员（如观众及公众）是如何使用那些专门设计的后现代商品及体验的，还有必要分析，那些体验是如何被具体的日常生活实践中的批评家们确定为后现代体验的。举例来说，詹内特·沃尔夫参考马歇尔·贝尔曼关于现代性的著作（1982），写了一篇题为《看不见的浪荡子》的论文，但那只是贝尔曼所说的严格意义上的公众生活之现代性体验的一个例外。贝尔曼象波德莱尔一样，把浪荡子（flâneuse），在现代城市空间中的匿名的游手好闲者，看作是在经历芸芸众生中那种非个人刺激的震惊与激动。但是在贝尔曼的论述中，浪荡子在他的理解中并没有任何地位，同时，也缺少对妇女的现代性体验的论述。而那些几乎无法由妇女的有限能力来判断的现代性体验，也就只能出现在公众生活之中了。然而，妇女在私人领域的现代性体验，是十分重要的现代性构成要素，可是所有关于现代性体验的论述都没有谈到这点。

相同的论述，可以参考詹明信所认同的两个后现代主义的基本特征：现实向影像的转化及时间碎化为一系列永恒的当下片断。就第一个特征而言，与鲍德里亚关于后现代影像文化的讨论方式相似，詹明信指的是模仿与仿真、风格的多样性与异质性，它们导致了参照物的丧失，“主体死了”，个人主义终结了。这样，我们又一次地遇到了诸如此类的问题：是谁在经历这样的丧失？我们是否处在对现实参照物的一种怀旧的危险之中？可这些现实参照物，却是具体的下层群体在长时段过程的日常实践中所毫不关心的东西。此外，对观看电视之实践的研究，展示

 了发生在不同群体中的所有的不同活动:吃、说、做、性,等等。更进一步说,对节目的实际接受与解读,已被具体的阶级习性所过滤(穆林与梯勒,1986;列尔与奥利文,1988)。注意到观看电视与阶层、年龄之间的相关性是很重要的。那些资本较少,年龄较大,阶层较低的人,观看节目时思考减少了,他们看得最多的,也大都是关于个人地位等级的上升、及如何变得年轻等方面的剧目。对中产阶级群体来说,电视为他们提供了一种社会际遇的资源,并在闲暇活动中产生和维持着他们与社会的接触。因此,电视观赏是一块飞地。电视不是一个统一的世界,我们有必要去探究不同社会群体观看电视时的不同体验(比较迪马吉奥,1987)。

就第二个特征,即时间碎化为一系列永恒的当下片断而言,詹明信所运用的范式就是精神裂变(schizophrenia)。(顺便说一句,鲍德里亚[1983b]也讨论了不停地调换频道的电视观众对世界的碎片化的感受,并认为这种感知引发了一种后现代主义的要素:精神裂变)。精神裂变就是能指之间的联系的中断,就是时间、记忆、历史的中断。精神裂变式的体验就是"孤立的,毫无联系的,毫无联贯性的物质性能指符号,这种能指,无法连贯出前后一致的连续意义"(詹明信,1984b:119)。所以,尽管他或她不知道自己的个人身份,没有计划,但是,对世界呈现之即时、无分化的体验,导致了一种强烈紧张:充满神秘而压抑情感刺激的生动体验(詹明信,1984b:120)。所以,个人生活的叙述意义的丧失,体验的碎片化状态,就与詹明信所说的第一个特征很好地联系了起来;现实转化成了种种影像。要恰当地对后现代主义假定的精神分裂式的紧张作出评论是困难的,我这里也将只简单地讲两点。

首先,不同时代的各种宗教、艺术亚文化,在多大程度上,是

通过艺术熏陶、毒品及其它辅助方式，来欢庆群体的这种生动、强烈的体验的呢？这种阈限之内的体验，一般来说得到了较好的限制，并在日常生活的连续之流以外发挥着特有的功能。这里，又使人想起了巴赫金、拉杜里及其他人关于中世纪的狂欢节的讨论（斯达利布拉斯与怀特，1986；费瑟斯通，本章下面的内容）。超越于这些亚文化之上的个人、或者某些确定的场景之外的群体，是不是正经历着更大的情感激荡与震骇，其历史感是否正日益丧失，这是需要进行调查研究的。詹明信的研究太过于一般化了，因而缺少一种历史具体感。他对总体化的兴趣，以及把文化变迁与明确划分的历史时期联系起来，表明他低估了前资本主义社会中的文化分化，因而把文化分化当成了后现代中独一无二的因素。詹明信为了阐明他的理论，提供了许多十分生动、富于启发性的例子。不过，那只是些例子，只是一些看图说话之类的说明。生动的历史结构，是每日每时的日常生活中囚集在一起的个人及其组成的团体，通过相互竞争、争斗、相互依存而生产和再生产出来的，尽管是盲目的。因此人们在詹明信那里，看不到对历史中截然相反的趋势、开放性及偶然性加以研究的任何意义。这可能是社会科学家反对人文领域中更具探索性、更为开放的意象写作模式的主要目的。但是，正是后现代主义，将人文科学及社会科学中的学者聚集在一个共同研究领域之中，从而成了研究后现代主义的出现及其所遇到的问题的中心。詹明信从总体化兴趣以及对后现代主义的社会理论加以轮廓勾勒的企图，确实将他稳稳地推进了社会科学的研究轨道，他本人也必须向社会科学的评判标准、治学的严谨风格开放了。然而，很明显，詹明信是不愿意成为一种新方法的创导者的，他也不愿意在其作品中实践后现代主义，因为他要站在后现代主义之外来解释和评价它们。

59

第二，诺伯特·埃利亚斯的《文明的进程》的理论，描述了外在控制的内在化、及伴随国家形成过程的情感控制的增长。最近，曾经与埃利亚斯一起工作过的乌泰斯对这个理论作了修改。乌泰斯所研究的情感发展倾向似乎与埃利亚斯相反，例如，他认为在六十年代发生的事件就是放松对情感的控制。其结果所导致的非正式化过程、一个在文明进程中的螺旋式发展过程的相反运动，在某种程度上强调了平衡点向"放松被控制的情感"方面转移。其中（特别是就新型的中产阶级而言），从前被禁止的、各种强烈的非个人的外在身体约束行为及情感探索，现在都是可以允许的了，甚至被强行要求去履行。接下来，我们就有可能更详细地去揭示新型中产阶级所展示的不断增长的算计的享乐主义能力，他们在较广范围内所从事的（经常是危险的）不断增长的审美与情感探索能力。在算计的享乐主义、审美与情感探索中，新型中产阶级自己并不就是说拒绝控制，而是对有控制的情感宣泄作更为细致的规定和强烈的人际惩戒和心理惩戒，从而使算计和对他人的相互尊重成为必不可少的东西。因此，我们应该超越理性—情感的二元对立，去研究新型中产阶级中，为创造审美与情感方面的松散控制的那些条件和实践。这可能会使"后现代的"符号商品与体验更容易为人们所接受。

举一个暗含在梅洛维茨（1985）著作中的例子，如大人似的小孩与小孩式的成年人。他认为，今天的成年人获得了更多的情感探索的许可，凭着本能来扮演父母的角色，并抛弃了从前较为严厉控制的为人父母的角色身份。迪斯尼世界及主题乐园的遍地开花，明显地提供了一个很好的场所。在这些场所中，放松对情感的控制、对感官愉悦的欣赏以及从前只局限于孩童的行为，成人在这里都可作可为。詹明信（1987:48）把迪斯尼乐园当作后现代天堂与仿真的典范来引用。他认为，当代不断涌现的

旅游者的假日聚所如旅游胜地、主题乐园，不断增加的、通过公开性展览提供知识的博物馆，就是一些对世界的仿真物，是对蒙太奇世界及超现实世界的接受（厄里，1988）。这就是说，人们并不探求一个可靠的、仿真之前的实在，但是，他们要有必要的秉性去从事“现实的游戏”。无需对现实的怀旧，他们也能有能力去面对浅层的感官知觉、洋洋大观的影像，以及有限的体验与深厚的紧张感受。

如果人们从这种角度来探索后现代文化，那么就有可能抛弃那些抽象的方法，使后现代主义的讨论具体化，并根据一些经典性的问题，如“谁，什么时候，为什么，有多少?”等，来提供社会学的证据。从这种观点来看，一个关于文化实践与后现代主义场所的研究，可能是从考察佐金（1988a）及库克（1988）称作“后现代化”的那些东西开始的。“后现代化”指的是空间的重构、城市艺术与文化中心的发展、以及随之而来的新贵聚居区的兴起（见第一章及第七章的讨论）。需要调查的是后现代化的过程，以及提供符号商品与服务的新型文化媒介人、新型小资产阶级之间的联系。这些“向生活学习”的“新型知识分子”（布迪厄，1984:370），为认同、呈现、表象及生活方式所牵魂摄魄（见第六章）。实际上，他们对艺术的、知识的生活方式的崇敬，就使他们有意识地去发明一种艺术的生活，在这样的生活中，他们的身体、他们的家、他们的汽车都当作了自己人格的延伸，他们必须使这些东西具有一定的风格，以表达其承载者的个性特征。布迪厄简洁地告诉我们，通过生活方式的创造来追求标新立异，“使得几乎每一个人都拥有与众不同的位置、别具一格的游戏及其它个人财产的外在记号，这在以前，都只为知识分子所独有”（布迪厄，1984:371）。所以，新型的文化媒介人就助使了知识分子的文化商品及知识分子的生活方式，传播到了更为广泛的人

民大众之中去。

所以，我们有可能来说明后现代文化商品的接受主体、公众及消费者的形成。这是符号生产者的权力潜能及文化领域的重要性之增长的长时段过程的一部分。对捍卫艺术、知识及学术机构中所长久确立的符号等级的人来说，这些变迁将不可避免地使他们的权力遭致消解分类和消解垄断。已确立的权威，或者先锋者有待于确立的权威，就这样成了易于受到挑战、批评、攻击的东西。比如艺术，就是企业领导、国家、地方政治家之间相互依赖关系的一系列复杂变迁的结果。为使艺术以自己的方式变成一个主要市场，企业、国家对艺术的保护增强了，艺术的权力也提高了。佐金(1988b)指出，自七十年代以来，在纽约工作的艺术家人数出现了急速增长，相应的附属职业在增加，艺术更容易接受了，艺术职业更有利可图了。在索霍新贵聚居区以及其它城区，艺术本身显得更为民主化了。尽管有人哭喊着要恢复维多利亚价值，尽管撒切尔和里根砍掉了六十种文化形式，有趣的是，要移除符号专家与文化中心，要恢复旧的小资产阶级道德，竟是那么困难。

61

由于篇幅的限制，我不能在这里过多地分析与后现代主义相关的每个艺术与知识场域中的变迁，下面只是简要地说几点(也可见第一章和第三章)。为了理解后现代主义，我们必须把目光投向每个具体艺术领域中，为文化分类的消解提供了开阔空间的权力平衡与权力斗争。只有它，才有可能导致后现代主义这个词的出现，为新的外围者反对地位稳固的主导者提供辩护。这里，对那些力使旧传统的终结和“耗尽”变得合法化、并在主导者面前创生一片新的活动空间的群体来说，命名的策略是重要的。因此，在六、七十年代，“后现代”成了艺术界与知识界所使用的一个术语，它使年轻的艺术家和批评家，与他们所看到

的"精疲力竭"的、制度化了的现代主义拉开了距离。

与此类似，特定知识场域中的结构变迁，体现在两个层次水平上：(1)那些努力动摇原有象征等级的外围者，对主导者施加自下而上的压力；(2)国家主体机构对一般性知识商品的需求，广阔的文化消费市场中所吸收的民主化效应，其变迁结果，就是引导知识分子对自己所努力的价值、结果、目标等进行反复的仔细推究。鲍曼(1988)论证了后一种观点，他认为，后现代主义是对面临地位与认同危机的知识分子体验的一种直接而详尽的叙说，是人们对其产品需求减少的结果。就一种普遍性筹划而言，对知识分子产品需求的减少，就使得他们原来的立法者的地位发生了改变，变成了不太重要的解释者角色。他们必须将复杂的生活词汇、语言游戏，从人类文化的历史档案中翻译出来，以供扩大了的、普通的、转瞬即逝的观众来使用和解读。利奥塔(1988)同其他人一样，也指出了当时的知识分子的普遍性权威的没落。但一些人却高兴地接受这样的变化，知识分子不得不更为开放地承认外围者的确定性利益，欢迎他们作为普遍性意义上的知识分子的对立面、特立独行的知识分子的形式出现(布迪厄，1986)。对另一些人，如雅各比(1987)来说，其中一个可以考虑的原因是，从代际意义上讲，不会再有作为后继者的"最后的知识分子"的普遍性知识筹划被摧毁了。

权威与文化实践

从詹明信的视角来看，就知识分子而言，他们十分明确地需要抵制民主化、后现代主义的大众精神，他们也确切需要获得代表人类说话的权威。例如，他从他的马克思主义理论角度认为，62 必须抵制对"社会主义"概念的摧坏，"作为一个强有力的文化与

社会想象,这是一个可以重塑的概念。"(詹明信,1987:5)这是马克思主义乌托邦理想的保留,它使詹明信遭至了诸如奥尼尔(1988)等人的谴责,认为詹明信的做法,是一种怀旧式的新涂尔干主义对后现代主义的反动。詹明信对文化可能太过于知识分子化了,他过高地估计了文化影像在引起社会变迁方面的权力潜能。在日常实践中,文化在较低的"理所当然"的水平上被运用和发挥功能。忽略这一点,也使他对文化整合在维持和产生社会变迁方面的必然作用,作了过高的估计。当许多人欢呼宗教的世俗化的时候,也许同样会有人欢呼科学的世俗化(道格拉斯,1982)。事实上,要理解这两个世俗化过程、及知识分子的一般知识形态,要以符号专家们(神职人员、科学家及知识分子)的相对潜在权力的下降为根据,而不是为其他人所替换的一套信念或世界观。涵括了人民大众的日常权力平衡中,这些符号专家们在维护自己知识权威的时候,显出了明显的无能。当然,在知识类型的自然与社会效果方面,差异是明显存在的。本迪克斯(1970)根据韦伯的理论指出,宗教专家为普通民众提供了带有世俗意义的、实践功用的信仰。不过,艺术家与知识分子的知识,并没有提供类似的实践功效,尽管他们的拥护者确信如此。艺术家和知识分子拥有令人望而生畏的技巧,但是这些技巧不能提供宗教意义上的权力。毫无明显目的的神秘知识,使文化精英们对平民的水平产生了怀疑。

所以,詹明信(1987:53)把文化民主化当作后现代主义的一个方面是恰当的,不过他这样做时,其观点显得有点模棱两可,因为他对后现代主义的评价是消极的,并想发展出一种分析的模式和艺术产品的型式,以期消解后现代的拙劣模仿,为社会的或全球的总体与历史提供一些更新了的意义。在这种意义上,对詹明信(1984a: 89—90)来说,知识和艺术必须具有一些教导

的功能。这是一种对失序与戏谑的未来生活范式和文化产品的理解的反动，它确实使詹明信遭到了来自后现代主义者的尖锐反驳，认为他面对知识分子在人民大众面前的贵族式权威的丧失，发出了怀旧的呻吟(见哈琼，1986—7；迪兰，1987)。

这样，要理解后现代主义，我们就需要从许多层次上来探讨。首先，后现代主义包括了这样一些变迁，即在艺术知识、学术等特定场域中，为了某个确定的具体原则而进行竞争性争斗的变迁。第二，它也包含了这样一些变迁，即在广泛的文化场域中，符号商品的生产、流通、传播等方面的模式所发生的变迁；这可以根据群体、阶级内部及群体之间、阶级之间的权力平衡与相互依赖关系的变迁来加以理解。第三，它包含了不同群体的日常实践与体验的变迁。这些群体，作为前面提到的第一、二两个方面的系列变迁的结果，开始以不同的方式使用这些符号权力系统，并发展出一些新的导向手段和认同结构。从许多方面来看，后现代主义是当代文化变迁的一种标志，它把我们的注意力引到上面这些变迁领域之间、或文化层次之间的相互关系上，使我们必需对这些内容进行必要的反思性研究。而这种反思，需要那些在这个过程中获得了较好的社会地位的学术知识分子们的努力。

63

像许多其它评论家一样，詹明信把注意力集中在这些变迁的经验维度，而这也通常是通过对文本和其它意指模式的解码来实现的。这样做的长处是超越了单一的文化分析。他试图根据向晚期资本主义(社会全球化了的资本主义)的第三个更为纯粹的阶段的发展，来确定后现代文化产品的地位。这里，他正确地注意到了，由于资本和信息流的迅速积累所推进的国际市场的扩大，为民族—国家提供基础的国家—社会之二元对立，已经为后现代文化所完全淹没。不过，当我们在这个意义上说起社

会的终结,说起长久以来一直是社会学研究之参考框架的国家一社会二元体的终结的时候,这并不意味着社会联系也一起消失了。更大的人群集合体之间正在扩大的相互依赖关系、以及更为复杂的权力平衡,依旧需要按社会学的方式来理解。詹明信研究取向的问题,是因为他由经济而转入文化,并且忽略了社会(确切地说是社会联系)的调和作用。这即是说,要理解后现代文化,我们不仅需要解读这些记号,而且还必须观察这些记号如何在日复一日的实践中为人民大众所使用。当然,象出现在十八世纪英国和十九世纪中期的巴黎的那种大量的记号繁衍一样,新的文化商品与货物之泛滥,也具有文化之民主化效应。这样,通过解读符号来确定特殊文化商品的持有者、实践主体的特殊地位与社会位置,就变得更为困难了。不过,还是可以认为,仍将会有人继续去从事重新定义和解读文化商品的工作。

简言之,发展的趋势就是,社会群体对社会环境加以分类和规定,并把文化商品作为一种划分界限的工具或当作沟通者来运用,以期与一些人确立群体界限,而与另外一些人架起沟通的桥梁。如此注重文化商品的社会功能,就强烈地牵引我们去关注置身于社会中的个人解读文化记号的实践,他们通过解码他人所实践、表现和消费的文化记号,必然会对他人的社会属性作出判断。后现代主义提供了社会游戏终结的前景,也预示了超越社会的运动。不过,尽管我们生活在消解文化分类的阶段,但我们决不能低估文化秩序的重建的可能性;也不要跌落在这样一个诱惑性陷阱之中,即认为有限的文化失序与消解了分层的文化同时并存。

64

总的来说,不应该仅仅从资本主义逻辑展开的水平上来理解后现代主义;它需要根据各类符号生产领域的专家群体与经济专家群体之间的权力平衡与变迁的动力、竞争性斗争与相互

依赖关系，来加以具体研究。这意味着，我们需要在学术群体内部与外围，对文化产品与消费新形式的生产者、传播者及传导者的角色，予以深入探究。如果后现代主义是向社会性的或全球性的消解文化分层的转变的一种征兆(迪马吉奥，1987)——这在许多原来符号等级遭到动摇的其它领域中是很明显的，它为大众文化研究的普及与合法性提供了广阔空间——那么，我们需要在社会间及社会内两个层次上，在群体内部斗争与相互依赖关系的变迁动力中，找到它的位置。所以，为理解后现代，需要大量的反思。我们需要去关注后现代主义的承载者、传导者。可以看得出，这些人在与学术界的原有符号等级的斗争中，对后现代主义这个词的成功很感兴趣；他们也对教育和培养在实践中识别和运用后现代文化商品的接受者与大众感兴趣。

最后，我们不能无视学者、艺术家、知识分子在追踪文化变迁轨迹时的作用，是他们详尽阐述和形塑了后现代主义。这不是不考虑他们在后现代主义中作为玩世不恭的操纵者的兴趣，或者转入到知识性的标新立异的游戏中去的兴趣。很明显，我们目前正目睹着这些文化变迁，在文化—经济—社会构形中，文化的轮廓已经勾勒了出来，但需要仔细的研究和理论概括。不过今天，符号生产专家们的力量与权力潜能已经有了量的增长，如果我们把目前这场关于后现代主义的争论与早些时候关于古代人与现代人之间的争论进行比较，情形就尤为如此了。如果说后现代主义表明了文化的重要性在上升的话(这使我们想起了鲍德里亚的论断：今天的一切都是文化的)，那么，我们就不应仅仅把这种重要性当作商品生产的逻辑和技术的延伸来理解，而应该去研究探讨商品的传播和消费模式，研究那些具有接受后现代敏锐感受之秉性的符号专家、文化媒介人及其接受者们的实践。

65

第五章　日常生活的审美呈现

如果我们来检讨后现代主义的定义,我们就会发现,它强调了艺术与日常生活之间界限的消解、高雅文化与大众通俗文化之间明确分野的消失、总体性的风格混杂及戏谑式的符码混合。后现代主义理论的这些一般性特征——强调平等化、铲除符号等级、反基础论及对消解文化分类的普遍冲动——可以与个性化的后现代体验相联系。这里,人们可改用波德莱尔称作"现代性"(modernité)的术语,去指称新的现代性体验,如通过与传统的断裂而捕捉到的震惊、惊惧及生动呈现等。在巴黎这样的现代都市中,这些体验似乎自十九世纪中期起就产生了。同理,人们也可以用同样的方式来谈论"后现代性"(postmodernité)体验,并吸收一些感受到的文化体验和意指模式的转换。我们在鲍德里亚著作中,发现了对日常生活的审美及现实转化为影像的强调。詹明信(1984a)也对历史感的丧失、对裂变式精神紧张之体验、时间碎化为一系列永恒的当下片断的过程,给予了高度的重视。在他们的追随者的著作中,我们也可以发现相似的具有审美意义的体验、有序的能指符号链的中断。他们强调"记号与商品的水乳交融"、"实在与影像之间界限的消弥"、"游移的能指"、"超现实"、"无深度文化"、"迷幻式的投入"、"感觉的超负荷"及"情感控制的张力"(科洛克尔与库克,1987;克拉里,1984)。尽管在一般意义上的媒体与消费文化中,影像生产的加

强有力地支持了上面那些后现代的种种现象，但是，人们也会发现，当代城市的描绘中也深藏着审美的意蕴。这里所强调的，不仅仅是为后现代而特别设计的新建筑类型，而且，在更一般的意义上讲，是那些散落在城市建筑环境中风格杂揉、混合拼盘式的各种建筑物。此外，年轻的"非中心的主体们"徜徉在后现代城市空间中那些无名的区域，陶醉于尝试、玩弄生活时尚与风格，也同消解传统文本、以生活形象之文化形式侵扰传统的过程相类似(钱伯斯，1987；卡勒法罗，1988)。这些群体，总是以审美的形式呈现日常生活，并使生活具有某种特殊的风格。他们的方略，与浪漫主义、豪放派艺术传统、摇滚音乐等有着明显的联系与交叉。特别是六十年代以来，这种联系便以种种方式来超越艺术与日常生活之间的界限(见弗里斯与霍恩，1987)。这说明，后现代性体验，特别是对日常生活的审美呈现、它的阐释与详尽表述、以及文化专家们的推波助澜等的强调，可能已有很长的历史了。简言之，探索后现代性谱系，特别是检讨现代性与后现代性之间的联系，将不无裨益，它可以使我们追溯到更早一些的前驱者那里。这当然并不是说"后现代(postmodern)"并不存在，或者说它只是一个误导性的概念。相反，这是要去探溯它的源头、了解与其有相似发展的长时段文化过程，去理解和区分什么是后现代的具体内容，什么是在现代、甚至前现代化中出现过、并呈现出不断累积加强的趋势。 66

日常生活的审美呈现

我们可以在三种意义上谈论日常生活的审美呈现(the aestheticization of everyday life)。首先，我们指的是那些艺术的亚文化，即在一次世界大战和本世纪二十年代出现的达达主义、历

史先锋派及超现实主义运动。在这些流派的作品、著作及其活生生的生活事件中，他们追求的就是消解艺术与日常生活之间的界限。二十世纪六十年代出现的后现代艺术，作为对博物馆与学术界中制度化了的现代主义之反动，就是基于这样的策略。马塞尔·杜尚，一个以其声名狼藉的"现成"(ready-mades)再现法而居于早期达达主义运动中心的人物，后来在六十年代纽约的后现代超先锋艺术家中倍受尊敬，这是颇为有趣的事。在此，有一种双向的运动过程。首先是对艺术作品的直接挑战，渴望消解艺术的灵气、击碎艺术的神圣光环，并挑战艺术作品在博物馆与学术界中受人尊敬的地位。其次是与之相反的过程，即认为艺术可以出现在任何地方、任何事物上。大众文化中的琐碎之物，下贱的消费商品，都可能是艺术(这里使人想起华霍尔与流行艺术)。艺术还可以在反作品(anti-work)中得到发现：如偶然性事件、不可列入博物馆收藏的即兴即失的表演，同时也包括身体以及世界上任何其它可感物体的活动。值得注意的是，达达主义、超现实主义及先锋派的许多策略与艺术技巧，已为消费文化中的广告与大众媒体所吸收(见马丁，1981)。

第二，日常生活的审美呈现还指的是将生活转化为艺术作品的谋划。就艺术家与知识分子及潜在的艺术家、知识分子来说，这一谋划的诱人之处是，它已经有了悠久的历史。例如，在世纪之交的布鲁姆斯伯里[①]文化圈中就可找到这样的谋划。其中，摩尔论述道，生活中最伟大的商品是由个人的情感与审美享受构成的。在十九世纪后期帕特和维尔德的作品中，也类似地

67

① 布鲁姆斯伯里(Bloomsbury)，伦敦靠近大英博物馆的一个狭窄而传统的街区，本世纪初曾为文化艺术中心。布鲁姆斯伯里文化圈是指有 V. Woolf, E. M. Forster, Lytton Strachey 等经常聚会的一批文人。——译注

把生活伦理当作艺术作品。维尔德的假设是,对理想的审美应该是"以多种形式、及千万种不同方式来实现自己,并对一切新鲜感怀有好奇"。可以说,后现代主义(尤其是后现代理论)早已带来了审美方面的问题。很清楚,在维尔德、摩尔及布鲁姆斯伯里文化圈及罗蒂(其认为善的生活标准是欲望的实现、自我的扩张,对新品味、新感觉的追求,探索越来越多的可能性[沙斯特曼,1988])的著作之间,存在一种审美探索的连续性。如沃林所论(1986),福科揭示了生活的审美方法的核心。福科(1986:41—2)颇为赞同地提到了波德莱尔的现代性观念,现代人的典型形象就是"花花公子,他把自己的身体,把他的行为,把他的感觉与激情,他的不折不扣的存在,都变成艺术的作品。"事实上,现代人就是"使自己头脚倒置的人。"最早在十九世纪早期的英格兰由博·布鲁梅尔[②]发展起来的浮华主义(Dandyism),通过对无可争辩的示范性的生活方式的建构,来强调自己的特殊优越地位。他们这些精神贵族,通过对大众的轻蔑,并骄之以高贵的出身、以及在服饰、行为举止、个人嗜好甚至家俱陈设等方面的优越性,总之,所有这些今天我们称之为生活方式的东西,来煊赫显耀自己(见 R. H. 威廉斯,1982:107ff)。在艺术反文化(artistic countercultures)的发展中,在十九世纪中后期巴黎豪放派与先锋派艺术中,生活方式是一个重要的主题,在巴尔扎克、波德莱尔、孔德·奥雷赛,直到后来的厄邓德·得·龚古尔、孟德斯鸠及于斯曼等人的作品与生活中,人们都感觉到了它们的神奇与吸引力。这种既关注审美消费的生活、又关注如何把生活融入到(以及把生活塑造为)艺术与知识反文化的审美愉悦之整体

---

② 博·布鲁梅尔(Beau Brummel),英国19世纪著名的纨绔子弟 George Bryan Brummel 的浑名,后常称花花公子为博·布鲁梅尔式的花花公子。——译注

中的双重性，应该与一般意义上的大众消费、对新品味与新感觉的追求、对标新立异的生活方式的建构（它构成了消费文化之核心）联系起来。（费瑟斯通，1987a）

日常生活的审美呈现的第三层意思，是指充斥于当代社会日常生活之经纬的迅捷的符号与影像之流。对这个过程的理论概括，马克思关于商品拜物教的理论提供了很多思想观点，卢卡奇、法兰克福学派、本雅明、豪格、列非伏尔、鲍德里亚及詹明信等人，也对此作了不同的阐发。对阿多诺来说，交换价值的支配作用不断增长，不仅消解了物品原有的使用价值，并代之以抽象的交换价值，而且它还让商品自由地发挥自身的代用品（ersatz）的功能或次级的使用价值，这即是鲍德里亚后来所指的"记号价值"。通过媒体与陈列的广告宣传以及日常生活中的城市建筑景观与表现，进行影像生产的商业中心就必然通过影像来经常地再生产人们的欲望。因此，决不能把消费社会仅仅看作是占主导地位的物欲主义的释放，因为它还使人们面对无数梦幻般的、向人们叙说着欲望的、使现实审美幻觉化和非现实化的影像（豪格，1986:52;1987:123）。鲍德里亚、詹明信所继承的就是这个方面。他们强调影像在消费社会所起的新的核心作用，也因此赋予了文化以史无前例的重要地位。对鲍德里亚来说，正是现代社会中影像生产能力的逐步增强、影像密度的加大，它的致密程度，它所涉及到的无所不在的广泛领域，把我们推向了一个全新的社会。在这个社会中，实在与影像之间的差别消失了，日常生活以审美的方式呈现了出来，也即出现了仿真的世界或后现代文化。值得补充的是，上面那些强调影像为人所操纵的作家，一般总是消极地评价这个过程（本雅明的某些方面及鲍德里亚的后期作品除外）。这引起了一些人为艺术与日常生活的更进一步整合而论辩，如马尔库塞（1969）的《论解放》。祈求"让

日常生活成为一件艺术作品"的亨利·列菲伏尔(1971)以及其他国际环境决定论者,以多种方式发展起了一种"文化革命"的观念,而这种观念,也可以说在某种程度上加入了这样的论辩。

日常生活审美化的第三个方面,当然是消费文化发展的中心。同时,我们需要意识到它与前面所展示的第二个方面之间是有交叉的:事实上,我们需要检讨两者之间相互关联着发展的长时段过程。就是这一过程,才导致了大众消费文化之梦幻世界的发展,并使独立的(反)文化领域的出现成为必然。艺术家与知识分子在这个领域中,采取了各种距离化(distantiation)策略,并试图以此突出这一过程主题并加以理解。我们将首先较为详细地检讨鲍德里亚的著作,并将它们与后现代主义联系在一起,以便更清楚地认识以审美的形式呈现日常生活的意义。

鲍德里亚研究消费社会的早期作品中,发展了一种商品—记号的理论,并用它来说明商品变成索绪尔意义上的记号的途径。他表明,商品记号的意义,也可以任意地由其在自我参照系列中的能指的位置来决定。近来,鲍德里亚(1983a,1983b)又把这种逻辑推演得更远,并以此来注意媒体为我们提供的无止尽的、令人神迷的影像与仿真之超负荷信息。所以说,"电视就是世界"。在《仿真》一书中,鲍德里亚(1983a:148)论断说,在这样的超现实中,实在与影像被混淆了,美学的神奇诱惑到处存在,因此,"一种无目的性的模仿,徘徊在每件事物之上,包括技术性模拟、声名难定的审美愉悦"。对鲍德里亚(1983a:151)来说,艺术不再是单独的、孤立的现实,它进入了生产与再生产过程,因而一切事物,即使是日常事务或者平庸的现实,都可归于艺术之记号下,从而都可以成为审美的。现实的终结及艺术的终结,使我们跨进了一种超现实状态。超现实主义所发现的那些秘密,已更为广泛地传播开来并被加以概括总结。恰如鲍德里亚 69

(1983a:148)所论：

> 超现实主义的东西就是今天的现实本身。超现实主义的秘密，是最平庸的现实可能会变成超现实的，但只是在某个特定的时刻才与艺术和想象相联系。今天是平凡普通的整体性现实——政治的、社会的、历史和经济的——从现在起，已经结合进了超现实主义的仿真维度。我们生活的每个地方，都已为现实的审美光晕所笼罩。

当代仿真世界已经看到了心灵慰藉幻觉的终结，理论的视野及其深度如同现实一样被掏空了，实在与影像之间的矛盾消解了。鲍德里亚(1983a:151)补充道：

> 因为虚饰成了现实的核心，所以艺术就无处不在。所以说艺术死了，不仅仅是因为对艺术卓越超凡的批评已经消逝，而且还是因为现实本身已完全为一种与自己的结构无法分离的审美所浸润，现实已经与它的影像混淆在一起了。

在仿真文化的第三个阶段，即鲍德里亚现在称作后现代的阶段(科尔纳，1987)，一种经常被用来图解说明的例子就是MTV(音乐电视)(见陈，1987；卡普兰，1986，1987)。根据卡普兰(1986)的说法，音乐电视似乎存在于一个无时间的现在(timeless present)之中，影视艺术家从不同的历史时期搜索电影风格与艺术运动中的题材，以虚化历史的界限与意义。历史通过空间形式外化出来，随着艺术流派之间，以及高雅艺术、大众艺术和艺术的商业形式之间出现的混合交杂，审美等级及其发

展被毁弃了。有人认为,MTV千变万化的形象所组成的连续之流,使得人们难以将不同形象连缀为一条有意义的信息;高强度、高饱和的能指符号,公然对抗着系统化及其叙事性。就此,我们要提出的问题,这些形象如何表征与自己相关的意义? 难道MTV音乐电视超越了索绪尔意义上结构语言所形成的记号系统吗?

斯科特·拉什(1988)从利奥塔著作中引用了关于话语与形象(discourse and figure)的区别,这也许能以某种方式来帮助我们回答这个问题。拉什表明,构成后现代文化影像的一系列特征是:对初级过程(欲望)而不是对次级过程(自我)的强调;对形象而不是对语词的强调;对对象的审美沉浸与欲望投射的强调,以反对与对象之间保持审美距离。拉什还将这些特征与消解分化(de-differentiation)的过程联系起来。他颠倒了韦伯与哈贝马斯所指的那种文化分化过程,即审美形式从真实世界中分化出来的过程。消解分化,意味着喜爱消解灵气(de-auraticization)的艺术,意味着一种欲望的美学,意味着感受和即时体验。对拉什来说,分化消解与具像的意指体系(figural regimes of signification),表明影像不同于语言,它基于人们的感觉记忆,运用的是人们的无意识中的东西,它并不象语言那样,按照某种系统性规则而构建出某种结构。影像通过偶像化来固定地指代某些意义。视觉性意指体系如电影、电视及广告中的影像,可以说是消费文化的一般特征。这里,我们指的是本雅明所强调过的,在大众消费的梦幻世界中,人们对平凡事物的自我陶醉和诗意化的感觉,这是他在《单向街》(Passagen-Werk)中关于十九世纪中期的巴黎连拱廊商业街的讨论核心。对十九世纪巴黎的研究,在时间和空间上将我们所讨论的日常生活的审美呈现的第二、第三种含义的源起汇聚在一起。

70

拉什(1988)坚持认为,通过具像的意指体系来表现日常生活的审美形式,是后现代主义之核心。其源头可追溯到十九世纪,那时,消费文化在资本主义社会大城市中成长起来。这些大城市是自我陶醉的梦幻世界,不断变化的商品、形象与身体(浪荡子)之流的呈现场所。此外,那些大城市,在当时也是艺术与知识的反文化者、放浪形骸者及艺术先锋派的活动场所,他们在这里试图捕捉媒体中广阔范围内的新感觉并迷魂陶醉于此。这些人也是新感觉的激发者,面对广泛的接受主体与大众,他们同时也阐释、传播这些新感觉(见塞格尔,1986)。波德莱尔关于"闲荡者"及本雅明关于过街商场等讨论现代性的文献,将注意力集中在现代性体验的一些核心方面:震惊、惊惧,及新城市中心的幻觉效应。这就需要我们去理解,后现代性体验与这些现代性体验之间,到底有怎样的关联。

因此,我们必须去研究二十世纪后期的实践与场所的连续性与非连续性。这引起了我们对后现代化过程所带来的城市再发展的审慎思考。(库克,1988;佐金,1988a)在城市中,内城区域权贵聚居区的出现,以及林荫道上、购物中心、主题乐园与宾馆中所布置的场面恢宏的影像与仿真环境,更新了城市的内涵。此外,有人还研究过,在(从前的)为有修养的鉴赏家及严肃的观众而设计的严格的空间组织(如博物馆等)中,这些重要的变化也正在发生。今天的博物馆,积极地为更多的普通观众群体提供展品,它们摈弃了专门展示高雅文化的招牌,力图使博物馆成为大场面的、感官知觉的、幻觉与蒙太奇的场所,使之成为人们获取亲临其境的体验的场所,而不是聆诲道义原则、反复灌输符号等级知识的地方。(罗伯茨,1988)我们也需要去深入研究,知识分子及文化媒介人将这些新的空间体验向各类接受者、公众叙述、传播及扩散的过程,去检讨这些新的感觉体验被整合进

日常实践中的途径。

这说明，我们需要对时空中特殊场合里的日常生活的审美 71 呈现进行研究。尽管日常生活的审美总体必然推翻艺术、审美感觉与日常生活之间的藩篱，从而使审美技巧成为唯一可接受的实在，但是我们不应该将生活的审美当作是一个给定的东西，或者是人类知觉品性中的某种必然东西，它不是说一旦被发现，就可以用来复述所有以前的人类存在状况。相反，我们要研究的是它的形成过程。所以，有必要在特殊场合及概念层次上，提出严格意义上的社会学问题。也就是说要研究在群像（figurations of people，即不同群体、或人的聚合体）之间变化着的相互依赖、相互斗争的关系中所产生的特殊认知风格和知识模式，以及其社会生成的历史根源。举两个简单的例子：罗宾斯研究了十九世纪英国登山者及山区居民，他发现，从前长期被旅游者及当地居民漠不关心的群山，现在变成提供审美愉悦的美的标志。（罗宾斯，1987）这是一个确凿无疑的社会过程，它涵括了新型中产阶级的新品味的发展、教育及制度化过程；同样，在十八世纪早期出现的大旅游（Grand Tour），吸引了渴望去阅历欧洲遗迹与艺术珍宝的贵族与上层阶级。可在这以前，人们一般都认为，他们曾经可能需要的各种感知和快感，自己的居所都能够提供，因而并不情愿离开。（哈扎德，1964：32）

很清楚，我们需要找出日常生活审美呈现所表征的更为精确的涵义。较一般的说法是，美学已经努力研究和探索了艺术的本质、美、审美体验及审美判断的标准。（沃尔夫，1983：68ff）自十八世纪现代美学发展以来，从康德的《判断力批判》中发展起来了一种有影响的传统，其突出的审美鉴赏判断特征就是非投入式审美。从这种理论来看，任何东西都可以以审美的态度来欣赏，包括日常生活中所有的事物。因此，当齐美尔在他离身

远观、没有直接投入的情况下，以凝神审视的眼光来看待这些物事时候，他所提及的那种审美愉悦，也展示了这个传统的影响。(弗里斯比，1981:151）大城市中的闲荡者，其感官被身旁流逝的各种新景观印象及感觉之洪流所过度刺激，而在他们身上，我们也能找到这种远距离观望、近乎窥视的态度。但在审美中与审美客体保持审美距离是必要的吗？以及相反，身临具像(the figural)之中的审美过程是否也可以被描述为必然出现的审美取向呢？这是我们所面临的问题。拉什(1988)以相同的方式谈到了消解分化的问题，这也许对我们分析消解距离审美或即时审美(instatiation)有所帮助，这就是，沉浸到凝神审视的对象中获取审美愉悦。(这里，我们从多种方式使用"距离保持"[distan tiation]这个词，其涵义来自曼海姆(1956)讨论文化民主化时所提到的不同方面)。距离消解(de-distantiation)有益于对那些被置于常规的审美对象之外的物体与体验进行观察。这种审美方式表明了与客体的直接融和，通过表达欲望来投入到直接的体验之中。的确，它具有解除情感控制的发展能力，它把审美主体本身裸露在客体能够表现出来的一切可能的直观感应面前。需要进一步考虑的问题是，拉什所讨论的具像、分化消解以及刚提到的距离消解，在何种程度上暗含了进一步的相关的范畴"既有分化"(pre-differentiation)与"既有距离"(pre-distantiation)？这两个范畴指的是在分化与距离化过程之前，主体对编码控制及体验限制所进行的相似投入或放弃，或者说是伴随主体在受社会条件限制的心理活动过程中出现和养成的审美定势。从理论上讲，由于情感卷入与情感撤出之间平衡关系的变动，用后一种方法来看待审美过程，是很有益处的。埃利亚斯(1987c)说明了艺术家在情感卷入与情感撤出两个极端之间来回摆动的途经和方式。的确，在艺术亚文化中，在创造艺术作品并发展与之相关

72

的生活风格的过程中，培养并驾驭好在完全的情感激发和情感控制之间来回摇摆的能力，是一个核心问题。（对此下面我们还将更详细地加以讨论。）最后，应该补充的是，如果说美学是围绕审美趣味这些问题展开的话，那么是布迪厄揭示了这样一种相互对立的审美方式，即：认知鉴赏、距离化及对纯粹审美鉴赏力的严格培育，这种康德式的高级美学，和大众阶级对瞬间的、感官的、"奇形怪状"的身体快感的喜好。根据日常生活的审美呈现，我们不得不问，大城市消费文化之梦幻世界中的即时感觉、感觉直观、影像等（这在后现代主义的具像意义体系中发生了共鸣），在大众阶级及其文化的发展过程中，多大程度上可以说已经有了很长的历史。但是，首先，我们必须简单地来考察波德莱尔、本雅明及齐美尔所讨论的十九世纪后期的大城市中的现代性经济。

现代性

波德莱尔、本雅明与齐美尔都认真考察过十九世纪中后期大城市中的新的现代性体验。波德莱尔着重研究的是十九世纪四十年代到五十年代的巴黎，这后来深深地吸引了本雅明。波德莱尔关于大众文化增长的世界，是本雅明后来在未完成的著作《单向街》中的主题(1982b)。齐美尔的《货币哲学》写于十九世纪九十年代，发表于一九〇〇年，其研究的焦点也是集中在新柏林拥挤的城市空间、街头闲逛者及消费者的体验方面。齐美尔的柏林，也是本雅明反映他童年生活的著作《一九〇〇年左右柏林人的童年》及《柏林编年史》的主题。（本雅明，1979）

波德莱尔为十九世纪中期巴黎生活中短暂飞逝的美与丑所迷恋：流行生活的走马流转，追随人群中飞瞬即逝的感觉与印象 73

的浪荡子;花花公子,现代生活的英雄——即列非伏尔(1978)所指的(与专业的相对应的)即兴艺术家——努力把自己的生活转化为一幅幅艺术作品。(引自弗里斯比,1985b:19)对波德莱尔来说,艺术就应该去捕捉这些现代感觉。他瞧不起当代那些表现古罗马的、古希腊的、中世纪的或东方的服装、陈设物事的绘画艺术家。相反,他说艺术家应该意识到,在每个时期,人们都有着自己的步态、神情以及姿式……不仅仅在仪态与姿式方面,甚至还在面部表情方面,都有不同的特点。(波德莱尔,1964:12)与此类似,每一桩交易或每一门职业,都在它们的脸上或身上打下了美与丑的烙印。因此,现代生活的画家,如波德莱尔所尊敬的康士坦丁·盖茨,应该潜心寻找正以更为迅捷的速度被重新构建的那些短暂的、转瞬即逝的美的东西。

波德莱尔对人群很迷恋。本雅明(1973:169)将恩格斯那不受人欢迎的对人群的感觉、及坡伊对人群的恐惧与危胁的描述,与波德莱尔的"浪荡子"(在过街商业场点中具有自由活动空间、能够舒适闲逸地到处遛达的另一种人群)——进行了对比。新巴黎的过街商业场点是本雅明(1982b)的《单向街》一书的主题。照字面意义来说,它们是人行过道,没有心灵之窗的世界。(凡·雷詹,1988)这些消费文化的"梦幻世界",过街商业场点与百货商店,是本雅明所谓幻觉效应的具体表现,这也是马克思在《资本论》第一卷中关于"商品拜物教"一章中所谈论的东西。新百货商店和过街商业场点就是供奉、朝拜商品的庙宇。本雅明试图以此来表明"商品崇拜特征中非生物性性欲"。(凡·雷詹,1988。关于百货商店和过街商业场点的讨论,请见 R. H. 威廉斯,1982;吉斯特,1983)

在工业主义时代中,为生产大众文化,作为幻觉的艺术权力,艺术真迹的权威,"灵气"之源,都已转换到了工业之中:绘画

进入了广告，建筑进入了工程技术，手工业品与雕塑成了工业美术。巴黎就是这样一个新城市之全景的视觉范例。恰如巴克—默斯（1983：213）评论的那样：

> 有人可能说，资本主义的工业主义动力学引起了一个奇怪的颠倒，“实在”与“艺术”互换了自己的位置。实在都已成了人造的实在，新的工业过程使商品和建筑的虚幻效应都有了可能。现代城市不是别的，只是这样一些事物的大量繁衍。建筑物的模拟景观大量密集，消费品目如同早些时候那样将城市紧紧包围，整个城市如同一个统一的自然形态。事实上，对出生在城市环境中的孩子们（如本雅明）来说，他们以自然之身表现自己。本雅明对商品的理解，不仅仅是一种评论。他断言，商品的影像是一种乌托邦式的虚幻，“它从艺术中解放了创造性，正如在十六世纪，科学从哲学中解放自身一样。”（Passagen-Werk：1236，1249）对本雅明来说，工业生产的物质对象如建筑、宽阔的林荫大道，从旅游手册到厕所卫生纸等所产生的虚幻效应，正是属于大众文化的，因而也成了《单向街》所关心的核心问题。

74

尽管本雅明仍然坚持认为，大众媒体、尤其是电影，可以以更为严格的方式不去复制幻觉，而只是去证明现实是一种幻觉。但是，二十世纪的大众媒体，好莱坞电影，不断增长的广告业及电视事业，仍然在无止尽地复制着商品世界。

在审美化的商品世界中，艺术与历史主题的连续循环再现，意味着童年记忆中的城市景观已是半数忘却的诱人梦想。在现代城市神秘而魔幻般的世界中，孩童一而再地发现了新的事物，而成年人则在新的东西中再次发现似曾相识的旧东西。（巴克

一默斯，1983:219）能够唤起各种联系、相似性与记忆的经常变幻的城市景观，满足了人群中游手好闲者的好奇心。对漫步街头的闲逛者来说，那些从情景中、从情境和主体中分离出来的客体，进入了一种从事物的表面读取意义的神秘联系之中。（巴克一默斯，1986:106）波德莱尔（1964:4）所使用的见物即新的职业病态能力的隐喻，力图捕捉的就是这样的联系。波德莱尔告诉我们，再现（convalescence），这好象回到了童年时代："再现之物（the convalescent），如孩童自己，很大程度上隶属于他所沉溺的事物中，这些东西显然是最为琐碎的……孩子所见到的任何事物都是一种全新的状态，他总是乐在其中。"（引自弗里斯比，1985b:17）这段话很有意思，因为它与詹明信所谈论的精神分裂式的紧张很相像，精神分裂式的紧张是后现代文化的一个关键特征，它指的是充满激情而又生机盎然的体验。这导致了能指符号之间联系的断裂，时间碎化成了在精神分裂或病态知觉中的一系列永恒的当下片断。这似乎就是形象审美的一个很好的例子。

在戴维·弗里斯比把齐美尔当作第一个研究现代性的社会学家来讨论的时候，他指出，本雅明在波德莱尔作品中所看到神经衰弱、大城市居民及顾客之类的主题，在齐美尔关于现代性的讨论中也同样十分醒目。齐美尔兴致勃勃地洞察了展览建筑之审美维度，它的即时性与虚幻性，回应的就是我们所说及的商品的审美特征。在流行时尚中，我们也能相似地发现美学进入非审美领域的过程。强化的流行步调增强了我们的时间意识，而我们对新旧事物同时感受到的快感，赋予了我们强烈的现在意识。变化的时尚与世界之展呈，指明了现代生活中迷乱变幻的多元风格。对中产阶级来说，退缩到家庭内部也不能幸免于这种风格的影响，因为在世纪之交，即齐美尔写作《货币哲学》的时

75

候,"新艺术(Jugendstil)"运动(在英国也有一种类似的运动——唯美主义)正力图使"锅碗瓢盆"也具有这样的风格型式。家庭内部事务的风格型式化是一种自相矛盾的企图,它为现代生活的主观主义提供了相对稳定的背景。(弗里斯比,1985a:65)

在弗里斯比(1985a:65)看来,齐美尔的文化现代性理论要优于哈贝马斯。尽管哈贝马斯(1981a)根据波德莱尔的观点讨论了现代性的美学问题,他关于文化现代性的定义还是来自于马克斯·韦伯关于生活领域分化的现代性理论。(哈贝马斯,1984)在弗里斯比看来,齐美尔的观点要更恰当些,因为他试图为现代生活世界中的审美领域提供基础,而不是把它看成是与其它生活领域相分离的事情。

我们可以用这些彼此不同又互为对照的观点来为这个部分作几点总结。首先,这也许不是哈贝马斯或齐美尔的问题,他们两人都对同一过程的不同方面进行了观察。哈贝马斯的思想是以马克斯·韦伯关于个别的艺术反文化(例如十九世纪中期的豪放派艺术)之出现的讨论为基础的。当"文化领域",这个包括科学、法律、宗教以及艺术的词语,把我们从它与社会的其它方面的相互依赖关系中引开的时候,它使我们把注意力集中于文化的载体——符号生产领域的专家(出于我们的特殊目的,这里是指艺术家及知识分子)在人数及权力潜能方面的增长。艺术反文化的空间位置是十九世纪的大城市,尤其是巴黎(塞格尔,1986),即本雅明称作"十九世纪之都"的城市。所以我们要仔细考察作为闲逛者穿行于新城市空间,体验着震惊、惊惧之情感,融入川流不息之人群与梦幻世界之中的艺术家与知识分子的地位。

关于这个群体,其成员天生的职业就是观察和记录自身的

体验。他们的重要之处便是，他们穿梭于城市空间时所捕获到的体验，被人们当作是这些地方中确定性的体验来对待。关于观察者由距离感转向投入式的(卷入的)体验，我们从波德莱尔、齐美尔及本雅明那里，获得了大量富有启发性的见解。但是，他们都假定，城市拥挤的人流是一个由匿名的个体组成的大众，人们可以轻易地加入其中，随波逐流。例如，波德莱尔(1964:9)谈论了这样的快感体验："你可以观察这个世界，可以处于这个世界之中心，你也可以从这个世界中隐遁而去。"不过，观众却不是不可见的，我们可以追随布迪厄(1984)引用许多理由来说明为什么小资产阶级知识分子或艺术家，总是追求这样的隐秘性，感受自己在这样的社会空间中漂游。然而，他不是一架完美的录像机，也不是照快照的照相机，他(我们要明智地使用"他"这个

76 词，如詹内特·沃尔夫[1985]在她的论文《看不见的闲荡者》所说)是骨子中浸润了人类文化的人类中的一员，他的表情、行为举止，对他周围的人而言，流露出了可以读解的印象与记号。我们可以发现，这些记号不仅镌刻在有专门职业的人、乃至娼妓的脸上，同时也流露于艺术家与知识分子的脸上。尽管身躯迅捷流动的人群，也许是一个没有言说的相互遭遇场所，但是，如波德莱尔所说，读解他人面部表情的解码与愉悦的过程，飞速地进行着的。波德莱尔不仅已意识到，知识分子和艺术家的活动，也包括他自己的作品，都已经成了商品化的东西，而且，他还鄙视艺术家们以神圣、飘逸、超越主义的神采来逃避那种迎合大众生活的企图。有一位诗人，曾经认为波德莱尔隐秘地飘游于人群之中，他的艺术亵渎神明、他作品中的角色人物在社会中随处可见。对此，波德莱尔就在散文《失去的光环》(Loss of Halo)中，嘲笑了这位诗人。(见斯宾塞，1985:71；贝尔曼，1982:5)

一旦我们从这个心理体验的有限范围中走出来，面对商店、

办公室、机构组织中直接的社会际遇，人流的移动就缓慢了下来，读解他人的信息就更精确了，因为相互遭遇场所的参与者能够敏捷地对潜意识中的身体符号、姿势所显露出来的符号权力发生感悟、加以控制和作出反应。这些符号就是：装束、风格、语音语调、面部表情、行为举止、站姿、步态；身体本身特征如身高、体重等，它们都表露出其主人的社会地位。事实上，对于艺术家和知识分子，必须根据其生活方式来理解他们，这可以使他们在社会空间中被辨认出来，他们在社会空间中的位置也可以随之而定。这些人的兴趣在于：(1)以纯粹凝视的审美价值的名义，使自己对生活的感知为更多人所接受，即使受到挑战或被否定也仍然如此；并且，提供一般意义上的文化与知识商品的价值以及如何使用与体验它们的指导；(2)宣称自己的生活方式在他们的亚文化中具有明显的优越性，以便其他缺少时尚、风格与感知的人也能够沿袭；这些东西，即使不是那时由先锋派所提出来，也是鉴赏家们为保持与他们的狂热拥护者、观众与追随者之间的距离而发展起来的。

我们当然可以借助于韦伯和哈贝马斯来分析艺术家与知识分子的品味、生活方式，并去了解他们对审美感受与直观加以理论概括的兴趣，但是我们也可以借助于齐美尔和本雅明，透过建筑、广告牌、商店陈列、广告、包装、街头标志，透过在这些空间中穿行、具有特殊历史文化底蕴的个人(在穿戴、着装、发型、化装等都有所不同的个人，或以特殊方式移动、控制他们的身体的人)，来研究城市景观的审美化过程及其令人神魂俱销的原因。在这里，第二种意义上的日常生活的审美呈现，表明了大城市中商品生产的扩张与延伸。大城市盖起了新的高楼大厦、百货商店、过街商业场点、商业广场等等，也生产出堆积如山、一望无垠的商品货物来填充那些商店，为那些穿行于其中的人流赋予美

的愉悦,提供美的佐餐。就是商品的交换价值和作为代用品的使用价值之间既同一又有差异的这种双重性质,使得商品具备了一种审美的影像,不管它可能是什么,它肯定会为人们所梦想和追求。例如,塞内特(1976)说了这样一件事,在十九世纪五十年代,巴黎的第一个百货商店彭马奇(Bon Marche),在开业后不久的第一个橱窗陈列中,展出了一个以盛水锅与平底锅为主的陈列。盛水锅与平底锅被颇具风格地安排在南海岛屿(South Sea Island)上,并布以贝壳、珊瑚珠、棕榈树及其它类似的东西。这种陈列,似乎是为了产生出一种审美的效果。我们不得不问,"是谁组织安排了这样一个橱窗陈列"?答案可能是橱窗工作人员。但我们也可以说,这也是在诸如广告、市场营销、设计、时尚流行、商品艺术、建筑及新闻等领域中工作的其他相关工作人员所为,是他们帮助设计和创造了这样一个梦幻世界。在许多方面,他们的审美趣味、秉性及其分门别类的图式(classificatory schemes),是与艺术家和知识分子相似的,他们通常与这个领域中的一些最新发展保持着密切联系。因此,在许多公开的或私下的场合,他们也将审美天性与审美感知、"英雄艺术家"的观念以及"有风格的生活"的重要性,向广大的民众传播。(见艾伦1983;弗里斯与霍恩,1987;佐金,1988b)事实上,作为文化媒介人,他们在教育民众接受新的生活方式与品味方面,起着重要的作用。

引起我们注意的第二个方面的思想是,与后现代的日常生活审美相关的许多特征,在现代性中都有一定的基础。影像的支配性地位,心理的阈限,生动而强烈的儿童感知特征,大病初愈的感觉,精神分裂症及其它,具像的意指体系,等等,都可以在波德莱尔、本雅明及齐美尔所描述的现代性体验中找到其对应之物。就此意义而言,这就是利奥塔(1984:72)在说及后现代主

义"不是现代主义的终结,而是它连续的新生状态"时所指称的那种联系,也即现代主义与后现代主义之间的联系。尽管利奥塔所指的是艺术现代主义,并且如同先锋主义者试图不断表达不可表达、呈现不可呈现之物那样,从康德式的理论来看待后现代性,但是我们也可以将这样的逻辑延伸到二十世纪后期由景观、林荫道、购物中心、百货店、主题乐园、迪斯尼乐园等等所构成的仿真环境中。(见厄里,1988) 而这些与本雅明、齐美尔及其他人所描述的百货商店、过街商业场点、世界性博览会等,都具有许多共同的特征。可以举一个简单的例子。在一九〇〇年巴黎国际展览会上,出现了许许多多仿真场面。它包括动物标本、珍宝及商品货物的印度舶来景观;模仿西班牙安达卢西亚摩尔人居室与庭院的展览;横贯西伯利亚的全盘景象:将观众置身于一个真实的沿铁轨绕行的车旁,一幅巨大的白色帆布铺展在窗外,给人深刻地留下皑皑雪野的西伯利亚印象。还有多镜头投射的景像,它实是早期宽银幕立体电影的先驱。(威廉斯,1982)

第三,主要过程的具体形象,形象之流、对梦幻般生动紧张的现代性特征,漫游于商品陈列的审美之境的具像意义等,对所有这些的强调,与现代性本身相比,都有可能要回溯或追踪得更远。我们即将开始考察在狂欢、交易会、剧院及其它公共场合中所出现的某些早期萌芽因素。这些场合,提供了情感激动、新的感觉范围、一般性的情感控制的解除,以及自文明进程中对一般情感控制的相对而短暂的放松。 78

第四,这个过程是进步还是倒退,我没有什么可说。还是让我们把篇幅节省下来,关注一下在这个过程中所形成的那许许多多的东西吧:艺术与知识的现代主义亚文化的反道德性和叛逆性,以及消费文化对日常生活的浸淫。事实上,在贝尔(1976)看来,就"未被囚困"的自我而言,艺术瓦解了道德的基础,新教

的工作伦理让位于对新感觉、惬意的享乐主义的追求。由于贝尔过分强调了艺术所煽起的叛逆性社会动荡,过高估计了与实践相对的信仰在产生可行的社会秩序中的作用,这就使他过分强调了它们所产生的社会性威胁和道德瓦解的影响。此外,尽管艺术家有着强烈的欲望去肆意诋毁小资产阶级,并以此抬高艺术家们相互的身价,但是,可以说,这不是简单的无控制的情感倒退,而是艺术家的实践与生活方式的许多方面,必然包含了一种"有控制的情感宣泄",它必然需要——事实上也是要求——参与者之间的相互尊重和自我控制,以对抗威胁社会联系纽带之毁灭的自我陶醉式的倒退。(见乌泰斯,1986)

中产阶级与"狂欢"的控制

在丹尼尔·贝尔看来,具有反道德与叛逆性特征的现代主义,从十九世纪中期开始就在艺术中占据了主导地位。当然,自十九世纪中叶起,尤其是在一八四八年法国革命中,就出现了在艺术与生活方式中采用反叛策略的豪放派艺术家。(塞格尔,1986)豪放派所表现的并非是资产阶级艺术,甚至可以说是无产阶级与左派的艺术。霍瑟尔(1982)所指的豪放派是第一批真正的艺术无产者,他们处于完全不安全地位,生活全然无保障。事实上,他们与下层群众共同拥挤在大城市中房价低廉、房屋低矮狭小、秩序混乱的区域。在这里,他们养成了相似的态度,崇尚自然和随意。他们的工作伦理是反系统性的,他们完全不把受人尊敬的中产阶级按部就班的生活空间、控制力、规范习俗的意义放在眼里。对中产阶级来说,尽管那些符号与生活方式十分新鲜,但他们所采取的叛逆性策略,却已有很长的历史了。与通过礼貌来控制情感的文明进程一样,中产阶级也运用叛逆性

符号来表达他们的惊恐。所以，根据斯达利布拉斯与怀特 79
(1986)的观点，豪放派艺术家可以说是在上演与早期狂欢形式相似的"有心理控制的象征符号的全部剧目"。中产阶级豪放派艺术家，尤其是超现实主义与表达主义，以变换原来艺术形式的方式，吸收了许多在狂欢中发现的象征性颠覆与叛逆。所以，追溯到中世纪的狂欢活动中，就可能发现与后现代主义及日常生活审美呈现相关的许多具体影像，和分裂的、稍纵即逝的影像流变，感觉、情感控制的消解以及分化的消解。

在他们的《离经叛道的政治学与诗学》一书中，斯达利布拉斯与怀特(1986)讨论了相关的狂欢、节日与交易会的性质，认为这是象征性的颠覆与反叛，在这些活动中，高雅与低俗、官方与民间老百姓、荒诞不经与规范经典之间的分野，处于交互地建构和解构的过程中。他们引用巴赫金的著作来说明，狂欢是荒诞的身体(grotesque body)的庆典：丰盛膏腴的筵席、烈性酒、纵欲。在这样的场景中，官方文化被完全推翻颠灭。狂欢中的荒诞不经的身体是不纯洁的低级身体，比例失调、即时行乐、感官洞开，是物质的身体，它是古典的身体(classical body)的对立面，古典的身体是美的、对称的、升华的、间接感知的因而也是理想的身体。因此，荒诞不经的身体及狂欢活动，在中产阶级身份与文化的形成过程被排除在外。随着文明进程在中产阶级中扩展延伸，需要对情感与身体功能加以更大的控制，这就使风俗习惯、举止行为发生了变化，他们开始着力宣扬对情感与身体所表达的厌恶。(埃利亚斯，1987b，1982）事实上，被排斥在中产阶级的身份地位形成过程之外的那些东西，已只是可望而不可及的目标了。

斯达利布拉斯与怀特提供了一个关于交易会的双重作用的有趣讨论：首先，交易会是一个开放的市场空间，在这样一个地

方性市场中，展示着来自国际国内其它市场中的商品，发生着一起又一起的商品交易。其次，交易会又是寻求快意和满足的场所，它们是地方性的、充满节日气氛的、人群聚集的、与真实世界没有联系的场所。所以交易会就不仅仅是当地传统的护卫者，它们也是不同文化的交汇并引起民间传统转化的场所，它们还是巴赫金所说的混杂化（hybridization）场所：生人与熟人、乡下人与城里人、专业演员与资产阶级观众都聚会到一起来了。作为文化多元主义的主要力量，交易会就不只是官方话语系统之外的其它什么东西了，它通过对世界范围内不同的人与文化客体的引入，分化瓦解着地方性的习惯与传统。这些交易会展示着来自世界各个地方异彩纷呈、光怪陆离的商品，也同时伴随着刺激人们欲望与激情的一股洪流：离奇怪异的标志符号，纷彩并陈的货物，不同装束、仪态与语言的人群，畸形怪状的景象与表 80 演等等。它们实际上就是十九世纪后期没有顶棚的百货商店、世界博览会之雏形。可以推测，它们产生了与百货商店或博览会相同的效果，只是在自制与控制方面稍逊些。疆勒不住的情感，至今还产生"社会迷惘"的颠覆与叛逆以及音乐厅中的节日失序状态。（见贝利，1986a，1986b；克拉克，1985）交易会可能激发起来的激情与恐惧，在今天的电影中还能捕捉得到。电影所强烈表现的这些心理空间，交织着威摄和淹卷观众的梦境与幻想，正是对陆离怪异之物的激情、危险与震惊的场景。今天的游乐场笑料与主题乐园如迪斯尼乐园至今还保留着这些方面，尽管是以更为有控制的、更为安全的方式，但他们还是为控制着的有控制的情感宣泄提供了一个世外桃源般的环境，成年人在这里也可象儿童那样为所欲为。

从交易会到文学，狂欢的各种因素都以不同面目出现于其中。写作关于交易会的内容，可能是迫于营造狂欢式骚乱氛围，

或者是欲图与这些低级趣味相分离的一种方式。我们甚至可以发现，在十七世纪，德莱顿[3]及其他人曾试图把心不在焉、吵吵嚷嚷、杂乱喧哗的剧院观众，转变为守纪律、有控制、懂礼貌、懂得欣赏的资产阶级观众。这种与大众文化相反的拉力及一种更为假装斯文的教养文化，使中产阶级为文化企业打开了广阔的空间。罗伯特·绍斯威尔爵士在一六八五年写给他儿子的信中曾建议，要好好将巴塞洛缪(Bartholemew)博览会当作一本有利可图的书的题材来考虑。为写好这本书，他要求他儿子必须高屋建瓴，从一定高度观察展览会，研究人群，以便掌握展览会之间的相似与差异分化的规律。他还建议他儿子去阅读本·琼森[4]关于交易会的戏剧。（斯达利布拉斯与怀特，1986：118—119）这是一个早期教育计划的例子，中产阶级为新的公众如何以审美的方式去阅读大众文化体验而提供着一套正在形成的、有规律地思索与教育的方法。南威尔对这项事业的危险性很清楚，他的儿子可能会在"空洞的混乱"(blank confusion)、在无止境的差异中迷失自己。这是失序的威胁。富有距离的审美鉴赏要求站在一定的高度，而不是完全的投入。

华兹华斯[5]关于巴塞洛缪博览会的论述《序曲》(The Prelude，1805)是一个相似的例子。这里，博览会是"稀奇古怪的"(monstrous)，其陶醉于来自世界各地的"颜色、运动、形状，视觉

---

[3] 德莱顿(John Dryden，1631—1700)，英国桂冠诗人、剧作家、批评家，著有诗歌《奇异的年代》，剧作《奥伦—蔡比》，文学评论《论戏剧诗》，共写过30部悲剧、戏剧和歌剧，有人称他的创作年时代为"德莱顿时代"。——译注

[4] 本·琼森(Ben Jonson，1572—1637)，英国剧作家、评论家、诗人，著有《炼金术士》、《巴塞洛缪市的集市》等。——译注

[5] 华兹华斯(William Wordworth，1770—1850)，英国诗人，开创浪漫主义新诗风。——译注

与声音”的奇观异景之中。它们混杂在一起，造就了对界限的反逆与混淆，动物似乎变成了人，人却成了动物，等等。（斯达利布拉斯与怀特，1986:120）对华兹华斯来说，展览会与城市中差异的繁复衍生与界限的消弥，威胁着对“松散的符号之链”的捕捉，人们的身份标志可能也只能被消解成“空洞的混乱”了。（斯达利布拉斯与怀特，1986:123）华兹华斯通过祭起古典的“缪斯”，解决了对全身心投入的恐惧、界限的丧失及自我的迷失等问题。81 事实上，为获得某种教育计划的新古典观念，古典美学的符号等级被作为法宝来祭起，诗人在这个教育计划中，将低层次的秩序与形式加以升扬、显予高贵。对在十九世纪后期发展起来的种种现代主义及二十世纪后期发展起来种种后现代主义形式来说，新古典的选择被排除在外。人们探索和培植的，是具体形象的失序状态。这并不是说放弃了教育的使命，远非如此。相反，教育计划就是去发展有控制的情感宣泄所必须的技巧。自我的技巧将允许感官知觉的发展，允许我们在审美沉浸与离身远观这两个审美极端之间来回摇摆，乐在其中，审美沉浸快感与距离美感两者都是享受与欣赏。

所以，文明的进程就包括了情感控制的增长，对身体所表露出来的体嗅、汗水及下身的响动的厌恶之情的增长，以及关于自我身体空间之敏感性的增长。这个过程使正在与大众、奇形怪异的他者拉开距离的中产阶级卷了进来。不过斯达利布拉斯与怀特（1986:91）认为，这出现在埃利亚斯（1978b）所说的厌物之情刚刚开始之时，同时这也是渴望排斥异己之初，是诱惑、渴望与怀旧之源。因此，狂欢森林、交易会、戏剧院、马戏、贫民窟、荒蛮地、海滨胜景都吸引着资产阶级。如果这些场所的体验未被认知，如果文明进程的结构过于强大，那么，就有可能使意识之外的危险，以排除危险之下意识的形式进入到意识中来。十九

世纪后期中产阶级妇女的歇斯底里,就是拒绝性欲望、并把它与无序混乱的象征相联系的代价。我们还应补充,从斯达利布拉斯与怀特(1986:189)所坚持的“符号功能的二元论”中,产生了一种强烈的极端分化。但是,与其将这种两极对立看作是文化生产的核心,还不如说,有可能在文明进程与非正式化(情感宣泄)过程的平衡中可以发现相互的转换,这些过程本身就代表着较高水平的情感控制,而不是倒退:那就是,有控制的情感宣泄(乌泰斯,1987)在这个意义上讲,如我在其它地方所讨论过的(第三章),后现代主义吸收了六十年代许多社会与文化的非正式化浪潮因素。那些保留在艺术、消费文化场所与景观及电影电视等媒体中、被改头换面了的“狂欢”要素,现在已经拥有了一个更大的中产阶级观众群体,他们已经从与贝尔所说的新教伦理相关的严律格己的人格结构中脱离出来了,并能够较好地处理危及自身社会身份的情感了。事实上,新型中产阶级的成员,在有控制的情感宣泄、敏锐感及特殊品味等方面,已经接受了更为良好的教育,并以此来支持他们对日常生活的审美欣赏。

小结

82

在这一章中,我力图勾勒以审美的形式呈现日常生活的一些特征,并认为,这些特征并非是后现代主义所独有的,它可以追溯到十九世纪中期波德莱尔、本雅明及齐美尔所描述的大城市的体验当中去。我还认为,相似的审美体验,在狂欢与交易会中也产生过。当时下层社会的象征性颠覆与扭曲变形的身体表现,一直是与文明进程相平行而永远存在的异己之物。为挣脱这些困扰,正在兴起的中产阶级就在那些场所中奋力挣扎。的确,要确立一种身份,要知道你是谁,你必须首先知道你不是谁,

因而排他性的、或特权许可的物质材料，就为建立界限所必需，因而也继续展示着它们的迷人与诱惑，并刺激着人们的欲望。因此，狂欢、交易会、音乐厅、壮观场面、游览胜地及今天的主题乐园、林荫大道、旅游等"有序的失序"场所，都散发出它们特有的诱惑。正如斯达利布拉斯与怀特忧喜参半的评价，资产阶级从未真正地从布干维尔[6]的航海中返航，并且一直到现在也仍然神魂颠倒于异域的景观与文化之中。[7]

---

⑥ 布干维尔(Louis Antoine de Bougainvill，1729—1811)，法国航海家，曾进行环球考察旅行，到过萨摩区，新赫布里底、所罗门群岛等地，巴新几内亚东部、所罗门群岛的最大岛屿。布干维尔岛，即以他的名字命名。——译注

⑦ 我要感谢戴维·沙内，彼特·贝利，斯蒂夫·贝斯特，布赖恩·特纳及安迪·威里克，他们曾对本章较早的一稿作出过评论。

第六章　生活方式与消费文化

目前"生活方式"这个词很时髦。尽管提到具体的地位群体独特的生活风格时,生活方式这个词有一种更为严格的社会学意义(韦伯,1968;索贝,1982;罗杰克,1985),但在当代消费文化中,它则涵蕴了个性、自我表达及风格的自我意识。一个人的身体、服饰、谈吐、闲暇时间的安排、饮食的偏好、家居、汽车、假日的选择等,都是他自己的或者说消费者的品味个性与风格的认知指标。与灰暗的墨守成规的二十世纪五十年代相比,大众消费、生产技术变迁、市场分割以及消费者对产品需要的范围,不仅为本世纪六十年代后的年轻一代,而且还为不断增长的中老年群体,提供了越来越多的选择可能性,选择方式本身也成了一种艺术形式。斯多特与伊丽莎白·埃文在《欲望的通道》(1982)中所提到的关于近来消费文化发展趋势的三个征兆,就在头脑中闪现出来了:"今天已没有风格,有的只是种种时尚"、"没有规则,只有选择"、"每个个人都能成为一个人物"。假如这些话是要说明,长期稳定的时尚符码发生了变化,当今消费社会中存在反对统一性的战争、存在导致意义丧失的过度分歧的话,那么,这一切都意味着什么呢?它意味我们正在走向一个群体地位未能固定的社会,特殊群体稳定的生活方式(这突出表现在服装选择、闲暇活动、消费商品、身体举止方面)已经被超越了。这个明显的向后现代消费文化的运动,以信息的极大丰富和形象的急

速增长为基础。但这些信息与影像未能最终稳定下来，并且，在与确定的社会分化相联系的系统中，也没有出现等级层次的划分，而只是进一步说明了它们与社会分化和作为重要参考点的社会之最终终结无甚关联。的确，社会与文化之间的决定性联系的终结，吹响了意指文化的胜利号角。在旧的合作关系迅速消失的社会场域中，是不是可以说，个体以自由联想与表达的方式，把消费商品当作文化符号在使用呢？或者说，品味仍可以被充分地"解读"、辨认和在阶级结构图中标示出来吗？品味还能将分类者进行分类（classify the classifier）吗？宣称超越流行时尚的运动，仅仅表征的是游戏中的运动，而非超越游戏的运动吗？其仅仅是表征作为替代的新运动吗，或者，是表示生活方式和消费实践的社会场域中的某种阶级位置？

84 本章就是要提出一种理论，以图超越关于生活方式与消费的两种相反观点：生活方式和消费是完全被操纵了的大众社会的产物；或者相反，生活方式与消费的场域，或者至少是其中某个具体方面（如体育运动），是一种超越决定论的自主嬉戏空间。本章的另一个打算就是想说明，"没有规则只有选择"的观点，由于其对平等的喜好与对分歧的容忍，并认可个人对没有拘束与道德约束的大众乐趣拥有享受权利，有些人就把它当作打破原有的时尚、风格与品味的旧等级的一个重要运动来欢呼，但它并没有揭示象社会空间爆炸那样富于戏剧性的东西，而仅仅是社会空间中的一种新运动。我将在这里发展布迪厄申述过的一种观点。布迪厄认为，生活方式的新观念，最好是联系起新型小资产者的习性（habitus）来理解。这个新型的小资产者，作为一个正在扩张的阶级的一部分，重点考虑的是消费文化影像与信息的生产与传播，因而是在扩张自己所特有的秉性和生活方式，并使之合法化。在社会领域中（这里，布迪厄的观点将被拒绝、受

到挑战)、在传统小资产阶级优势已然恢复的经济领域与政治文化中(尤其在英国),我也将同样发展他的观点。尽管如此,布迪厄的理论还是有益于提出消费文化方面的问题,这不仅就源于大众生产的绩效或资本主义逻辑的需求动力而言,而且还就发现特殊群体、阶层或阶级成员大都深深卷入符号生产,特别是对迎合风尚与生活方式形成的影像与信息生产而言。下面是一种非常纲要性的思考,写作方式也是言简意赅的。而上述这些问题,最终只能通过对特殊社会的具体情况加以认真的经验分析与研究来回答。

消费文化

使用"消费文化"这个词是为了强调,商品世界及其结构化原则对理解当代社会来说具有核心地位。这里有双层的涵义:首先,就经济的文化维度而言,符号化过程与物质产品的使用,体现的不仅是实用价值,而且还扮演着"沟通者"的角色;其次,在文化产品的经济方面,文化产品与商品的供给、需求、资本积累、竞争及垄断等市场原则一起,运作于生活方式领域之中。

首先来看消费文化。很明显,在某些大众与学术圈中,对当代消费社会的唯物主义的强调,远不是没有问题的。从人类学观点来看(萨林斯,1974,1976;道格拉斯与伊舍伍德,1980;莱斯,1983),实物商品及其生产、交换与消费,需要放在一个文化母体中加以理解。爱尔维特(1984)也指出,"嵌入经济"(embedded economy)所注意的就是经济生活的文化先决条件。同样,新马克思主义也没有把商品仅仅看作是与人类固有的需求系统相联系的使用价值和交换价值。在这方面,鲍德里亚(1975,1981)的研究显得尤为重要,特别是他关于"商品—记号"的理论阐述。 85

在鲍德里亚看来,面向大众的商品生产运动的重要特征,是在资本主义交换价值支配下,原有的"自然"使用价值消失了,从而使商品变成了索绪尔意义上的记号,其意义可以任意地由它在能指的自我参考系统中的位置来确定。因此,消费就决不能理解为对使用价值、实物用途的消费,而应主要看作是对记号的消费。这就是他对商品实物的参考原型的拒绝,并代之以一个不稳定的、漂浮的能指领域,这使科洛克尔把鲍德里亚描绘成"一个最后的也是最好的马克思主义者"。据科洛克尔看,鲍德里亚把商品形式的逻辑推演得尽可能远,直到它能在其逻辑核心演绎出"指涉的虚幻"(the referential illusion);尼采式的虚无主义成了资本主义逻辑的竞争对手。

就是在商品的符号领域中,一些新马克思主义者特别强调当代资本主义生产中文化的关键作用。例如,詹明信(1981:131)写道,文化正是"消费社会本身的要素;没有任何其它社会像这个社会这样,为记号和影像所充斥"。在百货商店与市中心营造出的"梦幻世界"中,广告与商品陈列,利用商品记号的逻辑来逾越以前被屏蔽的意义,创建新商品与众不同的纷呈并置和排列,从而有效地改变对商品的命名。平凡与日常的消费品,与奢侈、奇异、美、浪漫日益联系在一起,而它们原来的用途或功能则越来越难以解码出来。这里,鲍德里亚(1983a)注意到了晚期资本主义社会的电讯大众传媒的关键作用。电视过多地生产了威胁我们真实地感知现实世界的影像与信息。符号文化的胜利导致了一个仿真世界的出现,记号与影像的激增消解了现实与想象世界之间的差别。在鲍德里亚看来,这意味着"我们生活的每个地方,都处在对现实的'审美'光环之下"。"社会的死亡,真实现实的消失,这均使人产生对现实的怀旧;令人着迷地、不顾一切地追寻真实的情感,真实的价值,实实在在的性"。(科洛克

尔,1985:80)鲍德里亚的消费文化,实际上就是后现代文化,"毫无深度"的文化,在这样的文化中,一切价值都被重新评估,艺术已赢得了超越现实的胜利。

受到经常性地追求新时尚、新风格、新感觉、新体验的现代市场动力的鼓舞,将现实以审美的形式呈现出来,是人们重视风尚重要性的前提基础。以前根植于现代主义之中的艺术反文化观念,即生活就是(或应该是)一件艺术作品的观念,就这样与更广泛的潮流相一致了。威廉·莱斯(1983)在他对加拿大广告的研究中注意到,在最近五十年中,尤其以电视为标志,推广产品信息的广告,已不紧不慢地融进了生活方式的想象。[1] *86*

考虑到生活方式、生活的风格化(stylization of life),就应该意识到,消费实践、计划、购买、消费商品的陈列以及日常生活中的体验,不能仅仅从交换价值、工具理性算计方面来理解。工具理性维度与表意性维度,不应该被看成是互相排斥的,或者说是两个极端。相反可以说,它们是消费文化一起带来的一种平衡。所以,一方面,我们就可以说算计的享乐主义、风格效果的算计、以及情感的经济,另一方面,通过推销某种距离审美方式,因而也会有工具理性维度的审美、或功能理性维度的审美。这不是说人们通过传统或习惯而不加反思地接受某种生活方式,相反,新的消费文化的英雄们,在他们设计好并汇合到一起构成生活方式的商品、服装、实践、体验、表情及身体姿态的独特聚合体

① 由于体验与产品商品本身及其消费相关联、相并行,所以,尽管仍需要某些消费产品功能方面的信息产品本身的质量已不太重要了。这种体验一方面具有幻想满足的心理维度,同时当商品起着沟通者的作用时,它也同时具有了社会性的维度。还应注意到,运动场面、供旅游的主题乐园、迪斯尼世界等等,在一般意义上讲,不仅作为商品、而且还作为体验来买卖,所有这些都包涵着以审美为中介的对"实在"的感受。

中，把生活方式变成了一种生活的谋划，变成了对自己个性的展示及对生活样式的感知。人们已经意识到，消费文化中的个体，不仅仅谈论他的服饰，而且还谈论他的家居，家中的陈设与装璜，汽车及其它活动，根据这些东西有无品味，人们就可对它们的主人予以解读或进行等级、类型的划分。不仅年轻人及富人全神贯注于风格化的生活方式及自我意识的确定，消费文化的大众普及性还暗示着，无论是何种年龄、何种阶级出身，人们都有自我提高、自我表达的权利。这就是所有芸芸众生的世界，他们追求新的、最切近的联系和体验，他们有冒险精神，敢于探索生活的各种选择机会以追求完善，他们都意识到生命只有一次，因此必须努力去享受、体验并加以表达。（温什浦，1983；费瑟斯通与赫普沃斯，1983）

为满足由广告商刺激起来的欲望人们才使用商品，这种观点，是一种暗淡无色的墨守成规的大众文化观点。与之相反，已经有人指出，消费商品的意义、它的使用及解码过程，是复杂而充满疑难的。例如，雷蒙·威廉斯（1961：312）认为，在住房、衣着与闲暇等消费方面，出现了一些跨阶级的一致性，但这对理解阶级结构来说并不十分重要。相反，倒是不同的阶级的不同生活方式，对形成了消费母体的社会关系的性质的不同看法，直接影响了人们的消费。况且，随着生产运行过程中扩大产品多样性与差异性的技术能力的变化，随着市场分化的加速，不同阶级之间的消费一致性程度也有所降低。事实上，个体总是在不断地消费不同的产品。伴随着广告中出现了较为弥散的、模糊的对生活方式的想象，多种多样的信息读物被激发出来，它们不断地采用现代主义的甚至后现代主义的格式、采用对读者既教育、同时又阿谀奉承的促销手法。这样，消费文化诚如它一贯的承诺，能更明显地养成人们的个性及与他人的差异。

消费文化的分化倾向、以及鼓励差异作用的倾向，必须在人们察觉到差异应该得到社会性认识和合法化的过程中受到遏止。全部的他者如同全部的个性那样，都有无法认识的危险。齐美尔观察到，时尚深藏着模仿与分化两种相反的趋势。他还提出假设说，时尚就是这样一种东西，它越是大众化、越是被扩张，就越导致了它自己的毁灭。这就是说，我们需要较为细致地考察在消费商品与生活方式中建构品味的社会过程。也需要提出这样的问题，即当特定阶级成员把自己独特的品味丛(constellation of tastes)看成是社会的品味而加以合法化的时候，是否可以说，对风格与个性的关注本身，更多地反映的是该特定阶级的心理倾向，而不是真实社会本身。为此，我们仍然必须将研究重点放在生活方式与消费商品中那些独特品味的生产。不过，我们必须从那推动生活方式向前发展的社会与文化过程、资本主义逻辑这个高度整体性的概括水平屈尊下来，去研究结构性的社会空间中所进行的生活方式品味的生产。在这样的具体社会空间中，各种群体、阶级、阶级成员为强使他们自己独特的品味合法化而争斗、竞争，从而对这个具体的社会场域加以命名与再命名、分类与再分类、秩序初建与秩序重建都是必要的。这就引导我们去采用皮埃尔·布迪厄的方法，来考察文化商品经济与生活方式。

文化商品的经济与生活方式的社会空间

首先，应该强调，当我们说及文化商品的经济时，并未暗示任何将商品与生活方式的生产还原为经济的还原论观点；相反，根据布迪厄的方法，我们承认特殊实践的自主性。这需要根据独特场域中运作、并以类似于经济的方法起作用的内在动力、结

构性原则与过程来理解。因此就存在这样一些生产与消费的拉力、市场分割与群体垄断等市场竞争过程，它们都以具体的方式，运作于社会实践场域中，包括科学、体育运动、艺术、老龄化、语言交换、摄影、教育、婚姻、宗教等广泛的场域。此外，每一个社会场域都可看作是这样一种系统，在这个系统中，每个具体的要素（主体、群体或实践）都在与其它要素的联系中接受特殊的、索绪尔意义上的价值观念。然而，布迪厄不是结构主义者，并且意识到了有必要去分析某个场域的历史，去检验它的过程：随着时间的推移，某些特定要素在这个场域中变迁的轨迹。过程使场域的相对位置发生了变化，从而也就影响到了这个场域中固定的结构以及其中个别要素的意义。

88

为使这种方法更具体化，也为了引介对生活方式的分析，我们下面需要讨论一下布迪厄的《区隔》[②]（布迪厄，1984）一书。对布迪厄来说，在文化商品中的品味是一种阶级标志。在《区隔》一书中，布迪厄试图勾勒出不同品味的社会场域，包括合法的高雅文化实践，如参观博物馆，听音乐会，读书，以及生活方式与消费偏好，包括食物、饮酒、衣物、汽车、小说、报纸、杂志、假日、嗜好、运动闲暇追求等。因此，在相同的社会空间中，"高雅"意义上的文化与人类学意义上的文化都有同样的轮廓。然而，以群体所拥有的（经济的与文化的）资本构成与数量为基础性结构原则，形成了阶级的或职业的结构图示。当生活方式空间被置于其上时，品味的对立及相关的决定性关系就变得清楚了。这里有几个结论相关的例子：那些具有巨额经济资本的人（工业企业

② distinction，有区别、界限、出类拔萃等意思，作者在本书里指的是人们何以根据其文化方面的品味而相互认同和彼此分别，从而形成无形的阶层界限。如将distinction译作"区别"则不能很好地表达作者的原意，故取"区隔"。——译注

家、商业雇主)，以商务宴请、外国汽车、拍卖会、高级别墅、网球、滑水、巴黎右岸[③]的商业走廊作为自己的特殊品味。那些拥有很多文化资本的人(高等教育的教师、美术创作者、中学教师)却以左岸[④]的艺术走廊、前卫派的节日、现代节奏、外语、国际象棋、跳蚤市场、巴赫、群山秀峰为自己的品味。那些经济资本和文化资本都很少的人(半熟练、熟练、不熟练工人)则以足球、土豆、普通红酒、观看体育比赛、公共舞会等为自己的品味。(见布迪厄，1984:128—9)

社会空间是复杂的，其中，过渡性的中间位置，对具体群体选择相关的品味系列有着绝对重要的作用。而上面挑出来的这些例子，对此却有失偏颇，它们提供的也只是些静态的考察，从而遮掩了与场域相关联的动力机制。(见费瑟斯通，1987a)当下层群体向上层群体的品味提出挑战或予以篡夺，从而引起上层群体通过采用新的品味、重新建立和维持原有的距离来作出回应时，新的品味或通货膨胀就引介到场域中来了。例如，面向大众的营销方式，将"威廉·退尔序曲"[⑤]，或者相对廉价的香槟之类的东西引入像马克斯—斯本塞[⑥]这样的超级商场、商店，必然驱使上层群体跨向更为前锋的音乐欣赏或者购买更新奇的、更稀有的佳酿，或者饮用特制的香槟。这样，由于强制产生了一种人为的供应短缺，支配群体就力图追求威廉·莱斯(1983)所说的"地位商品"(positional goods)、持有或创建新的特权商品。当稀有商品或限制性商品向更广泛的人群促销、或推向低层次的 89

———————

③ Right-Bank，即指巴黎塞纳河右岸地区，即北岸的商业中心。——译注

④ Left-Bank，巴黎赛纳河左岸(南岸)地区，是大学生、作家、艺术家汇聚之地。——译注

⑤ 意大利作曲家罗西尼同名歌剧中的著名序曲。——译注

⑥ Marks and Spencer，遍布欧洲的中产阶级购物商店。——译注

市场，从而引起社会群族争先恐后地去争佩社会认可的显明的地位标志之时，消费文化就产生了这样一个问题，即经常性的通货膨胀。人们在消费中的满足感，就有赖于拥有或消费被社会约束的、合法的（所以稀有或被限制）文化商品。

所以，根据文化资本和经济资本的拥有量来谈论生活方式及文化商品的品味起源，就是可以理解的了。文化资本具有自己的、独立于收人或金钱之外的价值结构，它相当于转化为社会权力的能力。如果单纯根据收人来判别品味等级，就会忽略文化与经济的双重运作原则。文化领域具有它自己的逻辑、货币以及向经济资本的转化率。对文化资本的拥有者、知识分子与学术研究人员来说，特权、合法性、相对稀缺，以及由此显示出的文化资本的社会价值，有赖于文化产品对市场的否定，有赖于对文化资本转化为经济资本的相关性与必要性的否定。当认定不存在交换率，或特权的文化商品不可以兑换为金钱时，这说明文化资本的拥有者在维护一种“高贵”的、“神圣”的文化领域，即艺术家、知识分子们拼命生产所谓的“天生的”天才产品（卡里斯玛型意识形态）的文化领域。它也说明，他们要求符号产品拥有与经济产品相同的特权，表明知识分子已经能够在文化领域确立起定义合法品味的垄断地位，说明他们能够在什么是有品味的与什么是无品味的之间、在纯粹审美凝视与庸俗观赏之间、在距离审美与直接感官享受之间，作出区分、判断，并赋予等级序列。

所以，知识分子（占支配地位的阶级中处于被支配地位的成员）就运用符号象征系统的逻辑，在阶级之间及阶级成员之间，创建有利于加强业已确立的相互关系的区隔。在此，他们与资产阶级（占支配地位的阶级中处于支配地位的成员）在维持既存的实质性阶级联系方面，有着共同的利益，不过，资产阶级所要维持的，是经济资本享有高阶特权，当其转化为文化资本时，能

同时也享有很高的转换率。这就难怪知识分子总是追求文化领域的自主性的增长，并总是想通过抗拒文化的民主化运动来强化文化资本的稀缺性。

在通货膨胀与不稳定性日益成为一种习惯常规的情境中，当作为符号产品专家的知识分子，在力图寻找对自己工作的领域加以垄断的途径时，存在着内外两种不同的动力：内在的艺术现代主义的先锋派动力推动着他们去创造能够带来特权的文化产品，而外在的消费市场的动力，则激发起大众对稀有艺术品的需求。这样，与符号产品的传播者、新型的小资产者联系起来考察后一种动力，并提出这个阶级与知识分子之间的关系问题，将有助于就原来关于小资产阶级刺激生活方式的风格化需求之作用的推测，作出一些尝试性的回答。 90

在《区隔》一书最具洞察力的一章中，布迪厄（1984：359）分析了提供符号产品与服务的新型小资产者：文化媒介人。其中最重要的，是他注意到了这个阶级在社会空间中的上升轨迹。与农民、农场主群体相比，新型小资产阶级不是由于劳动分工的变化而人数急剧减少，对世界也并不抱有悲观与怀旧的态度，而是相反，他们的人数在急剧增加，所以他们对世界也抱着积极进取的态度。布迪厄把小资产阶级定义为“一个小到能使自己成为资产者的无产者”。典型地说，他们是文化与教育资本方面的投资者。新型小资产者在追求富于表意性的、自由的生活方式时，流露出对最为纯朴的贵族式的品质（风格、别出新裁、教养）的神往，这使他们与旧式的小资产阶级、劳工阶级划清了界限。

这里，布迪厄关于“习性”的概念，有助于我们去勾勒那些决定品味、决定这种分层特征的一系列秉性。说及习性，布迪厄指的是无意识的品性、分类的图式、以及理所当然的嗜好。习性是个体对他在文化产品与实践（艺术、食品、假日、嗜好等等）方面

的品味是否“得体”、是否有效的证据。习性不仅在日常生活知识层面上运作，而且还铭刻在人们的身体上，强调这点很重要。它流露于身体及其活动的各个方面：身材、体积、体形、姿式、步态、坐姿、饮食的方式、个体可以宣称的对社会空间与时间的占有量、对身体的尊重程度、声腔声调、说话方式的复杂性、身体姿态、面部表情、对自己身体的安静感。所有这些都是关于一个人社会出身的习性的自然流露。简言之，身体是一个人阶级品味的物化特征；阶级品味嵌入在身体上。每个群体、阶级、阶级成员都有不同的习性，因此，他们的一系列差异，品味的卓越或庸俗之源，就可以在社会场域中被标示出来，其事实上在前面讨论过的生活方式和阶级(或职业)之上，又形成了第三种标码。

如果我们转入对新型小资产阶级习性的研究，我们会清楚地发现，与资产阶级对自己的身体感到安静与自信相反，新型小资产者对他的身体总是感到拘束不安，总是有意识地反复检点自己，观察与校正自己。因此，身体维护技巧、新的加利福尼亚式体育锻炼与运动形式、美容化妆、健康食品等等，都深深地吸引着新型小资产阶级。他们把身体当作是面对他人的记号来看 91 待，而不是一件工具。新型小产阶级者是一个伪装者，渴望自己比本来状况要更好，因而一味地对生活投资。他拥有很少的经济或文化资本，所以他需要得到它们。因此，新型小资产者采取向生活学习的策略，他有意识地在品味、风格、生活方式等场域中教育自己。

这种抱着“为什么我不能吃自己的蛋糕”态度的生活取向，就要求他们既要安全又需冒险。他们力图最大化地扩大可以获得的感觉范围并加以体验，这是新型的自我陶醉。对表达和自我表达的探索、对身份地位的迷恋、表征与自然呈现使新型小资产者成了“自然”消费者(‘natural’consumer)。在某种意义上，

布迪厄把新型小资产阶级指称为“新”型知识分子：

> 他们创造着一种生活的艺术，以使他们以最小的成本获得惬意与满足，获得知识分子的特权：以向“禁忌”开战和根除“变态”的名义，他们选定了最为肤浅也最易借鉴的知识分子的生活风格：自由散漫的态度、装饰性或风暴式的装扮、开放性的姿态与动作，等等，并系统地将那些有教养的秉性运用于尚待合法化的文化（电影、连环漫画、地下读物），运用于日常生活（街头艺术）、私人领域（性、化妆、抚育子女、闲暇等），运用于存在本身（与自然、爱、死亡的联系）。（布迪厄，1984：370）

他们是新型的知识普及化（不仅是指知识的普及，而且还是知识分子生活方式的普及）过程中最好的接受者与传播者：媒介人。这一普及使区隔得以实现，因为它“使几乎每一个人都能拥有与众不同的位置，都会玩出别具一格的游戏，并都可标示出其它具有内在涵养的符号，这些在以前都只是为知识分子所独有的东西”。（布迪厄，1984：371）事实上，新资产阶级及新型小资产阶级的前卫们所表现出来的新伦理，特别恰当地体现在下列过程中：创造完美的消费者。

所以，新型小资产阶级认同了知识分子的生活方式，在向广大观众传播知识分子理念的过程中，他们扮演起了媒介人的角色。他们按照自己的方式，力图使新的专业技能领域（诸如流行音乐、时尚、设计、假日、体育运动、大众文化等）知识分子化和取得合法性，因此他们也扮演着文化企业家的角色。关于这一点，正在接受严肃认真的分析。这里，不是新型小资产阶级促生了一种什么独特的风格，而是他们迎合并提高了对风格本身的普

遍兴趣(对旧风尚的怀恋、对新风尚的喜好),这在一个本身缺乏风格的时代(齐美尔称之为现代生活的无风格特质),倒是令人着迷的,因而也将受到不断的阐释和再阐释。

尽管新型小资产阶级与知识分子具有某种亲和性与相似性,但是,他们还发现自己自然地与新资产阶级成了同盟者。两者的"新",预示着他们都正穿越社会空间,并抛弃小资产阶级狭隘的自我陶醉,都喜欢更加充分的享乐主义的和张扬性的消费规范。两个群体都产生了自己的新贵(parvenus),同时也都是自动教育的倡导者(autodidacticism)。这样的自动教育,是他们对待文化(既包括神圣的高雅文化,又包括大众文化,同时还包括更为普通的消费方式与实践)的习得方式。自我实现、自我表达的生活方式的产生,与浮华消费和风格化的自我呈现融为一体。(费瑟斯通,1982) 情侣与商品,是流行全球的关于美国阳光地带新富们的电视系列剧《达拉斯》、《豪门恩怨》的中心主题。这些东西之所以吸人入胜,部分地是由于消费社会的情境本身,它要求所有阶级的每个成员,各自在目标取向不同的市场里,在通向自我实现并形成风格的旅途上,驾驭好那日益膨胀的冒险期待。[7]

最后,在指出了扮演符号生产者角色的知识分子与新型小资产阶级之间的密切关系后,许多观点就可以提出来了,它们将说明在生活方式场域及文化商品场域中,使两个群体更进一步融和的动力。

---

⑦ 为节省篇幅,这里没有提供关于劳工阶级的分析。但我们足可以说,布迪厄关于不得不作出"必然选择"的法国劳工阶级的分析,过分夸大了他们的无阶级意识、传统、失业的同时,也并未考虑其中有一部分人是有个性化、消费取向的,当然,他们与新型小资产阶级和资产阶级有着不同的消费模式、极不相同的习性,但是,可以通过问题成堆的自动教育论(尴尬与学习模式),使他们与后一群体相认同

92

1. 时间必须引进到社会空间中来，它是测量个人的风格与生活方式(Lifestyles)之间的距离的一个(也许是最好)维度。新风格的引入，打破了已经存在的区隔等级的平衡。过时的风格与生活方式，也许会赢得那些处于个人风格形成时期的人的赞同，并由此得到合法的普及与推广，但先锋派人物总是站在其对立的立场上。所以，场域就总是贬低已有较高位势的风格。由于消费文化中的大众普及化动力的存在，品味与风格就受到进一步的市场波动的影响。对先锋派与博学专家们来说，大众化实质上就是一种对既定风格的贬斥。这种情况在整个范围的大众文化活动与实践中都时有发生，而不仅仅局限于作为示范者的现代主义艺术之中。在流行音乐(对先锋人物来说，它本身是一个不可接受的术语。先锋人物力图通过对实践的准垄断与封闭来使自己的实践活动合法化，他们的实践也给自己的专业领域强加一种新的等级秩序，并对这个领域重新命名：摇滚音乐)中，如马丁(1981)所指出的那样，“流行”本身是双向的：一旦青少年将这个市场向下传递给了更小的少年乐迷或儿童流行爵士乐爱好者，向上传递给了成年人和中年人，青少年自己就不再对斯蒂瓦(Rod Stewart)或甲壳虫乐队感兴趣了。

2. 在像知识分子这样的阶层中(这里，特别使人想到的是艺术和现代主义)，原有的地位稳固的成员与外围成员或新来者之间，存在着相互争斗。(布迪厄，1979；埃利亚斯与斯科特逊，1965)新来者采取颠覆性的策略，他们追求差异、非连续性与革命，或者返璞归真，探求传统的真义。这是为他们自己创造空间并去取代原来地位群体的策略。从这个意义上讲，在战后时期进入高等教育与知识领域的成员，在六十年代就对原来的“高雅

文化”提出了挑战。[⑧]

93　3. 外围知识分子与新的文化企业家的反叛性策略之一，就是使新的场域合法化。这样，他们就可以使新场域的品味跻身于原来严格定义的传统品味之侧，从而也就削弱了原有知识分子们那根植于高雅文化之中的品味基础。摇滚音乐、时尚、电影，作为批评家、解释者与普及推广者的合法知识领域，也就可奉为圣典了。

但不应认为这种策略只有单方面的意义；外围知识分子联合起新型小资产阶级文化媒介人，将一些新规则加进了游戏之中，使之成为已经确立了地位的知识分子被迫进入游戏的条件，并采纳对大众传媒的文本、风格与实践进行普及与解释的策略，从而达到其维护或重建昔日的对文化权威的垄断。这里，应该注意到相关的两点。首先，文化媒介人以其财力和专业技能来表现和实现自己的(尽管是为了普通观众)文化利益的需求，是迎合原有知识分子的，并且，这种需求也抗拒着文化精英论的谴责，抵制着过时的品味。于是，为贪婪地获取“专家称号”，重新解释旧的风格并发现新的艺术风格，“古典音乐”的作曲家指挥起了流行歌剧，交响乐指挥玩起了爵士乐，知识分子也积极努力地从事(或被拖进)智力竞赛、人物访谈之类的电视节目等等。其次，我们应该注意到，当这些有名望的知识分子冒险地卷入大众普及的行列的时候，他们也摧毁了自己所独享的神圣权威的基础。(沃恩，1986) 这当中，即使他们不象英国的派克[Magnus Pike]和贝拉密[David Bellamy]进入科学与自然历史节目中那样，被卷入大众流行电视节目，他们也会过分地模仿那些装疯卖

---

⑧ 在埃利亚斯的文明进程理论基础上分析本世纪六十年代以来的非正式化过程的讨论，请见乌泰斯(1986)。

傻的、手舞足蹈的科学家的陈词滥调。在深夜人静的或观众寥寥无几的电视频道中,文化专家们所展开的争论,也因被置于与其它节目相同的水平而贬抑了他们的作为专家的身份。简言之,他们作为沟通者与表演者的技能,要远远优胜于他们传达信息的"神圣"内容。

4. 录制、保存、分析文化产品的新机构(例如,通俗文化档案馆或博物馆将矗立在"神圣"艺术美术馆之侧,甚或吞并原来的艺术殿堂),推广普及电视、收音机节目及解释品味的新杂志,检验产品的消费者协会,都将建立起来。充当文化媒介者角色的人事管理机构,数量也会增加。简言之,文化市场是一种扩张的市场,它破坏着传统的通货及其携带者的根基。(见布迪厄关于文化的这种机制的论述,1971)

5. 信息流通的能力得到了增长。艺术风格与艺术作品迅速地从生产者手中传递到了消费者手上。传统的神圣艺术作品(如蒙娜·丽莎)摆放在路边以供不同文化中的普通民众品头论足。这里,那些(通过卫星等)管理着新的全球性媒体发布渠道 94 的文化媒介人的作用,在全球化过程中得到加强。多元文化主义(polyculturalism)的新的全球性环境,吸引着知识分子们去解释传统与风格。这些都进一步削弱了已确立的西方(高雅)文化品味之等级秩序的(启蒙)权威。所以,知识分子的角色,就不得不是伟大的多样性与不同文化传统之财富的解释者了。无需冒险去对这些多样性及文化财富作出判断或赋予等级,只需将它们当作一种充满意义与异域情调的东西呈现在新的观众面前。(鲍曼,1985)

6. 这可与外围知识分子企图推翻整个游戏的策略(后现代主义)联系在一起。在后现代主义中,传统的界限与等级消弥坍塌了,多元文化主义被予认可,这正与全球性的文化环境相适

应；附庸风雅的作品、大众化形式、差异多样性也大受欢迎。因此，曾确立过优势地位的知识分子们所声称的"超越"的文化创新，实际上并未超出原来的游戏范围，它依旧是知识分子游戏中的新运动。这种新运动，认真考虑的是文化商品生产的情境，其本身将反过来被文化媒介人当作重要的市场化内容来恭迎等候。

第七章　城市文化与后现代生活方式

95

最近以来，人们对城市文化与城市生活方式的兴趣提高了，我们应该怎样来理解这一点呢？在一定意义上，我们可以很正确地认为，城市总是有自己的文化，它们创造了别具一格的文化产品、人文景观、建筑及独特的生活方式。甚至我们可以带着文化主义的腔调说，城市中的那些空间构形、建筑物的布局设计，本身恰恰是具体文化符号的表现。特殊的“深层”文化符码也许使我们倾向于将城市主要看作是经济的、功能的或审美的实体。如果说，现在确实存在着由强调经济与功能向强调文化、审美的转变的话，那么，这有助于我们将它与曾经说过的从现代性与现代主义向后现代性与后现代主义的转变联系起来吗？如果我们将这个问题暂时搁置一边，而去关注第一个层面上的问题，即城市总是有自己文化，那么，我们应该说，文化这个词有两种含义：(人类学意义上的)作为生活方式的文化；和作为艺术的文化，它是文化产品与体验的精神升华(高雅文化)。本章我要着力讨论的一个中心主题就是，这两种意义上的文化的界限已经是很模糊的了，作为艺术的文化(高雅文化)所涉及的现象范围已经扩大，它吸收了广泛范围内的大众生活与日常文化，任何物体与体验在实践中都被认定与文化有关。它伴随着一种分析的转变，从相对固定的一系列区分群体差异的秉性、文化品味、闲暇实践的生活方式，转向了这样一个假设：在当代城市中，生活方式的

形成是更为活跃和积极的。因此，分析的焦点从以阶级或居住地点为基础的生活方式转向了活跃的生活风格化的生活方式，其中，一致性与统一性，让位于对短暂体验和浅层审美的戏谑性探索。就是这些转变的综合效果，吸引了许多文化阐释者，他们倾向于将这些转变当作是更为基本的社会与文化的转型指标。而越来越多的人已把这种转变当作后现代主义了。

本章将力图从两方面来分析理解这些变迁：首先，从那些正在发生的、相当于所谓后现代转变的角度分析生活方式与城市文化的转型；第二，提出社会结构与社会联系方面的变迁问题，这些问题关涉到一系列特殊的文化专家与媒介人对文化商品与体验之新市场的开发与发展。简言之，需要注意的，是那些既关注新文化商品与体验本身，又把那些商品与体验当作重要的、有意义的、值得投资的事业来看待的阐释者、承载者与推动者的重要作用。

96

在详细讨论这些问题之前，我们可以简单地提及一下突出城市文化与城市生活方式主题的因素。首先，有这样一个假设，认为一些特殊的城市（如佛罗伦萨、威尼斯等），是拥有许多过去的艺术瑰宝与文化遗产的文化中心。这些瑰宝与遗产，既收藏在博物馆与美术馆中，也体现在城市建筑构架与布局之中，它们表征着一个城市文化资本的主要资源。类似的观点认为，城市可以当作一件"艺术作品"（奥尔森，1986），如上面提到的这些城市，或者一些具有格外突出的自然美的城市（如里约热内卢、旧金山），既可看作是城市名望之泉，亦可视为文化资本之源。我们也把城市当作是文化中心，但我们还包括了城市所拥有的闲暇娱乐产业。独具一格的大都市（如纽约、巴黎、洛杉矶、伦敦），从它们作为文化生产中心来看，也许拥有很强大的文化资本，它们不仅拥有一直在不断扩大的艺术部分，而且还拥有时尚、电

视、电影、流行音乐、旅游与闲暇等大众文化产业。在这种情境中,文化资本(布迪厄,1984)可以说与经济资本(金融资本与工业资本)一样,都是财富之源泉,通过一系列直接和间接途径,文化资本的价值出乎意料地可以赎取(redeemable)和转化为经济价值。因此,国家政策制定者、城市管理者及私营企业家就由此受到鼓舞,在激烈竞争条件下,寻求在文化方面进行投资(费希尔等,1987),搜寻他们对重要的城市形象的感觉。

第二,当代西方社会中文化领域的一般性扩张,不仅说明了文化商品与信息市场的扩大,而且也表明,商品的购买与消费这种假定的物质行动,不断被弥散的文化影像(通过广告、商品陈列与促销)所调和、冲淡,而商品记号与符号方面的消费,反倒成了满足消费的主要源泉(鲍德里亚,1981)。闲暇消费形式的重要性在不断增长。在这里,消费时的体验与快感(如对主题公园、旅游及娱乐中心的消费)、比较传统的高雅文化消费形式(如参观博物馆、美术馆),被改造成了面向大众的更广泛的消费品,即具有崇高艺术规则的、有灵气的艺术,以及自命不凡的教养,被"折价转让"了,因而闲暇消费就开始强调其华丽壮观、迎合大众、可消遣愉悦、可瞬息感受的特性。此外,也可以说,在这两种文化形式以及第三种形式即商业广场与购物中心的发展之间,出现了进一步合流的趋势。 97

第三,文化与闲暇消遣的可能性范围的扩展,不仅扩大了可行的闲暇生活方式的范围,而且还导致了一些性质上的转变。象我早些时候所提到的,有一些群体,特别是年轻人、受过高等教育者、中产阶级等,对生活方式表现得较为积极、活跃,并追求自己的生活风格。这里,我指的不仅是对当代大都市中艺术亚文化(豪放派、先锋派)生活方式的模仿与普及推广,而且还是指曾被当作"生活艺术家"的画家,即那些并不作画,但捕捉艺术的

灵感以把自己生活展示为一件艺术作品的人。就城市浪荡子的新潮而言,对时尚、自我呈现及"外表"的关注,表明了一种文化分化的过程。从多方面来看,那由摩肩接踵、衣着相似的人群所构成的芸芸众生的大众社会刻板形象,被这一分化过程所颠覆。如果借用齐美尔的话说,当今这个时代的特征是"没有风格"的话,那么,这个过程表明了新的风格(时尚、表象、设计及消费商品)在急速地循环更替,并激发起了对过去时光的怀旧思绪。

这里,我要指出,艺术的生活方式和风格表现中,存在一种大众流行特征,在日常生活的风格化与审美化中,它与分化了的、成型了的消费商品、闲暇时间的消遣及体验,有着进一步的合流趋势。在后者的发展过程中,融进了大量的设计、风格及艺术的、时尚的文化形象。在六十年代,进入了后现代主义中心的某些确定的现代主义艺术潮流(如达达主义与超现实主义),其本身也力图推倒艺术与日常生活之间的藩篱,以表明最平庸的消费文化物品与附庸风雅的、琐碎的普通民众的文化本身,也可能被当作(或者加入到)正式的艺术作品结构的主题来加以审美和介绍。后现代艺术也热衷于身体、生命艺术及偶发事件艺术(见第三章)。因此,许多潮流就交替发生了:大量的时尚、设计与文化影像涌进了消费商品、闲暇与消费场所及城市建筑之中;随着特殊艺术飞地与地域(如纽约的索霍区)的增长,艺术专业人员、媒介人及辅助人员的人数也在增加;由日常生活的审美呈现与大众消费文化所带来的面向后现代艺术的运动的出现;人们漫游于城市空间及消费与闲暇娱乐场所时所展现的风格、服装的样式及自我的呈现(经常以戏谑的或模仿的形式,并超越了98 传统的地位游戏)。这些风云际会的社会场所,其重要性也随之日益增强。下面我们就来详细考察这些不同的发展趋势。

后现代城市文化

已有一些评论家提及过我们刚刚提到的一些后现代趋势了(库克, 1988; 佐金, 1998a; 钱伯斯, 1987)。尽管"后现代"一词及其同源的"后现代主义"与"后现代性"等词汇之间,在使用上一般都有些概念混淆,但是,它们确实使我们敏锐地感觉到了一系列文化变迁,它们也许预示着一系列更为基本的社会结构与社会关系的转型。与后现代主义相关,最经常被提到的特征有:(1)在哲学、社会与文化理论中的反基础论的立场,它暗示着,作为那些有特权的高等学府中的科学、人文主义、社会主义等西方现代性观念的基础,其基本的元叙事总是错漏百出。因此,我们应该努力去建立起一种更少伪装的知识模式,使它能更为敏锐地反映出知识分子在令人信服的立法者与解释者之间变换角色时所表现的差异(见利奥塔,1984;科尔纳,1988;鲍曼,1988);(2)在学术、知识及艺术界,对本地、本国语言的偏爱,就是民主和民众摧毁象征等级秩序的另一种说法。例如,高雅文化与流行或大众文化之间、艺术与日常生活之间的界限,就受到了挑战。简单地说,我们应该"向拉斯维加斯学习"(凡杜里等,1977);(3)在强调视觉影像对文字、自我的初级过程对次级过程(或者说,投入式鉴赏对距离鉴赏)的重要性的时候,明显地存在一种由话语文化形式向形象文化形式的转变(拉什, 1988);(4)这些方面都在"后现代无深度文化"(詹明信,1984a)中体现了出来。历史有序发展的观念,应该让位于汇聚了对过去的影像、片断及场面的感知。在这些影像、碎片与场面中,你不可能去发现重要的秩序或价值判断基点,但是它被无休无止地复制与模仿。学术领域中的评论家们,都注意到了这些特征。然而,恰当地

说，由于“后现代主义”一词暗中强调了超越现代的运动，使用这个词就具有这样的方便：它引导我们去关注日常生活里艺术与大众的文化实践、意指结构及取向模式中的显著变迁。后现代主义的民粹式的、消解等级的精神，使我们注意到，随着对长久确立的符号等级垄断的消解，从前文化的支配性地位，就只是意味着某种想当然的、无主题的具体文化观念；可现在的文化，则已呈现为另一种主题，一种有待理论概括与探索的东西了。因此，这就有可能追随迪马吉奥(1987)的思想，认为西方世界进入了一个“文化分类的消解阶段”(phase of cultural de-classification)，广泛的文化多样性观念与已削弱的价值等级能力之间，存在着日益激烈的竞争。

99

就我们的具体目的来说，关注评论家们所采用的后现代主义修辞学去理解我们间接提到的城市文化与城市生活方式的变迁，是饶有兴味的事情。其中，产生了特殊影响的，应算鲍德里亚(1983a，1983b)提出仿真文化观念的那些著作。鲍德里亚认为，晚期资本主义中，消费商品交织着最初的使用价值，发展了在广泛的影像与符号之间建立联系的能力，从而出现“商品—记号”。他发现，当这个过程被强化的时候，出现了一种性质的转变，即漂浮不定的大众记号与影像产生了一个无止尽的、相互冒仿的仿真系列，我们失去了对具体现实的感知，所得到的只是消费—电视文化。鲍德里亚将这个叫做“超现实世界”(hyper-reality)，一个通过消费主义和电视而堆满了记号、影像与仿真的世界，它导致了不稳定的、审美意义上的、对现实的光晕。对鲍德里亚来说，文化可以有效地自由浮移以致到这样的程度，即文化无处不在，它积极地融和着社会结构与社会联系，并使它们以审美的方式呈现出来。这是对基本的话语性反思语言的超越，是走向影像文化形式的运动。它强调灵感与视觉感觉的即时性

与紧张感，而这又为消解了中心的主体提供了最原初的、弥散化的快感之情。

如果将这些感知翻译成一种城市文本，那么，很显然，过去关于前现代城市的观念，即认为某些城市沉淀了传统、历史与艺术，拥有给人以强烈印象与集体认同的著名建筑与标志物，以及现代经济功能城市观念，即认为某些城市已失去了文化的外观，其空间形式被网状结构的布局、高高耸立的现代建筑所左右，都让位于后现代城市了。后现代城市以返回文化、风格与装璜打扮为标志，但是却被套进了一个“无地空间”(no-place space)，文化的传统意义的情境被消解了(decontextualized)，它被模仿、被复制、被不断地翻新、被重塑着风格。所以后现代城市更多的是影像的城市，是文化上具有自我意识的城市；它既是文化的消费中心又是一般意义上的消费中心。而对后者，亦如曾经所强调，并不能脱离文化记号与影像来谈论。因此，城市生活方式，日常生活与闲暇活动本身，不同程度地受到了后现代仿真趋势的影响。

举些例子来说：建筑中的后现代主义倾向，重新引入装璜装饰，建筑物品的混合风格与戏谑的流行艺术仿真(如纽约菲力浦·约翰逊的奇彭代尔[①]式的 ATT 建筑)等，可以看作是对清教式的密斯[②]功能主义与抽象形式主义的现代主义建筑的反叛。它还引入了凡杜里及其向“拉斯维加斯”学习的“马路杂拼”：在高速公路两旁，风格上兼容并蓄的大型标志符号与小型建筑物的大杂烩。文字、图片、雕塑及霓虹灯混杂在一起，与现代主义的 *100*

① 奇彭代尔(Thomas Chippendale，1718—1719)，英国家具木工，其家具以优美的外廓和华丽装饰为特点。——译注

② 密斯(Miesvander Rohe，1886—1969)，德裔美国建筑师，曾任先锋派包豪斯(Bauhaus)艺术学校校长，倡导国际式风格，代表作为纽约西格拉姆大厦。——译注

新教风格相比，这种象征主义的引入，产生了享乐主义的消费文化景观。这里，流行艺术对大众消费文化物品的模仿、复制，又反馈到了城市景观与文化工业中．提供刺激的，不仅仅是广告牌，而且还特别包括电信媒体影像。超常的装璜装饰、繁多杂乱的颜色，过量的意指符码等等，只有当你贴近跟前时，才会感觉到它们所产生的影响，没有任何余地以供有距离的欣赏。

如果说建筑与艺术从日常消费文化中汲取养料，并运用它们来生产后现代城市（即“一切都‘大于生活’，现实参照物被记号所替换，人工制造品比‘现实’还真实”的城市）的话，那么，在这些城市空间中穿行的，又是些什么人呢？从多方面看，他们从事的是复杂的记号游戏，他们模仿建筑环境中过量的记号，并与之产生共鸣。当代大众文化（时尚、音乐、电视、录像、喝酒、跳舞、参加俱乐部）被“仿佛是……”的广告世界所统辖。服装、身体、面孔都“来自于他人，来自于对生活的想象：即出自于时尚、电影、广告及无数城市偶像的暗示”。（钱伯斯，1987:7）这些从传统与亚文化秩序的文本中解析出来的记号，就以表层意象的形式进入人们的游戏之中，人们也陶醉于加工过的、模糊的、“无深度”的、不能提供真实世界的基本意义或揭示其本质的东西之中。日常生活就成了“虚构的或具有奇特价值的幻象的大杂烩”，它抓住了日常呈现的超现实意义，它既毫无节制、风格多样又勇于尝试，同时也不乏随意的、平庸的和反复重复的街头形象（卡勒法罗，1988:225）。当代城市是“新的、更为民主的、洒脱不羁的花花公子”的城市，是一个新的大都市城市形象，它探索已由先锋派艺术经历过的道路，跨越博物馆与大众文化的界限，但又从艺术馆中把游戏带到街头小巷的流行之中”。（德·萨皮奥，1988:206—7）

应该很清楚，力图跨越、重新跨越或叛逆艺术与日常生活界

限的这群人，主要是年轻人和青年亚文化传统的传承者。青年亚文化，如同一种固定的象征结构，已被人拒绝、或者被反讽性地模仿、拼贴。不过，评论家们有一个假设，即认为与不同阶级、年龄和规范的生活方式相关，这些新的趋势是社会规则的传统模式遭到破除中断的标志。(鲍德里亚，1983a；钱伯斯，1987：7)因此钱伯斯(1987：2)引用一个流行的青年杂志《面孔》的撰稿人罗伯特·埃尔姆斯的话说，"再没有人是青少年了，因为每个人都是青少年"。当然，有证据表明，年轻人的生活方式与风格超越了年龄界限，如六十年代的那一代，他们就一直带着他们年轻时的秉性，而现在成年人则赋予了更多的状若孩童的行为许可，反之亦然。这样，一直到本章结束，我们都将讨论生活方式、习性及阶级之间的关系问题。 *101*

在评论家们标识为后现代的新城市生活方式与无深度感的形式折衷主义中，令人感兴趣的一个方面是超越个人主义向着中心消解的主体的发展的观念。中心消解的主体能以更大的能力去从事有控制的情感宣泄的活动，探索从前被当作威胁、需要严格控制的形象化倾向、即时感官体验与情感体验。马费索里(1988b)讨论过，在后现代城市中，随着相同感觉的产生，在一个暂时的情感共同体中，由于大众聚合在一起而产生了新的"审美范式"，因而就出现了一个超越个人主义的运动。这是流动着的"后现代部落"，人们在这里体验着强烈的狂欢，体验着移情与情感沉浸。当然要强调说明的是，在历史长河中，它们本身并不是什么新的东西。在中世纪的狂欢与交易会中，在十九世纪中期巴黎的城市浪荡子中，或者在象柏林与巴黎这样的大都市中的大型世界博览会中，人们都可以找得出记号的错乱摇拽、簇拥叠砌的例子，找得出各种以审美的形式呈现日常生活的例子(见上面第五章)。新的东西不仅表明了人们对这些从前孤立的日常

生活审美呈现的例子的复制与模仿的能力，而且事实上还的确是一种另外的文化体验，一种从未有过的对紧张而生动的再生产产品的体验。新的东西还表明了知识分子和理论家们对这个过程的态度。尽管威胁艺术的艺术灵气消解、日常对象风格化的方式——它干扰了艺术作品所要求的距离化欣赏，困扰着齐美尔，但是本雅明，特别是在其《单向街》中，从理论角度欢呼大众文化那肢离破碎的影像，欢呼城市日常生活中的震惊与骇异的感受，这明显受超现实主义、达达主义与蒙太奇的影响（见沃林，1982），并在后现代主义中都引起了很强的共鸣。

如果说后现代城市变成了消费、玩乐、娱乐的中心，如果说因为城市中任何东西都可作为兴趣对象、"旅游者所凝视"的对象来表征、来突出主题，从而使记号与影像充斥于整个城市的话，那么，就可以预料，参观主题乐园、购物中心、林荫道、观赏博物馆与美术馆等诸如此类的闲暇活动，已经表明了某种文化合流的趋势。举例来说，人们通常把迪斯尼乐园看成是后现代仿真体验的原型（鲍德里亚，1983a）。在这里，你会有趣地看到：人们体验于各种场面（如神经高度紧张的骑车奔跑、全息幻觉图景等），模仿着扮演历史上的国家缔造者，寻乐于儿童世界（魔术王国）之中，或者，他们漫步穿行于精心挑选的民族文化象征的仿真建筑物之间（如快感英格兰酒巴），游荡于环境平和、高度控制了的未来景观之中。而所有这些形式，不仅被世界各地的主题乐园所模仿，而且也融合进了诸如博物馆之类的其它形式风格之中。根据人们不同兴趣爱好而组织的露天博物馆的增加，值得收藏保留的物品范围扩大了。如在英格兰东北部泰恩及威尔的"春风露天博物馆"中的煤矿、煤矿工人的宿舍、矿井、缀有"街道珠宝"的铁制广告版。它还鼓励游园观众以新的态度对待仿真环境中历史人物的扮演者（他们通常是正式就业渠道中的失

业者),正是这些人激活了模拟历史所创造出来的仿真物质情境,使观众行走其间如同身临其境,往后又把这种仿真感受带入了生活(厄里,1988)。值得游览观看、值得开发的场所范围扩大了。人们越来越多地生活在一个历史感让位于故事神话的"古迹之乡"。如果你横跨英格兰北部,你就会迅速地逐一遇到华兹华斯的故乡,勃朗特的故乡,赫里欧的故乡,库克船长的故乡(这里还很尊敬地展示着工人阶级大众文化),凯瑟琳·库克逊的故乡,每一个地方都备有导游、旅行计划图、博物馆及纪念品。甚至从前一些没有吸引力的地方,现在也吵嚷着要进入此一行列中来。如布拉德福特(Bradford)就以过去的"北部砂砾"工业(Northern Grit)、现在的亚裔大社区为由,要建立一个"周末休息"场所。这里,我们为曾经提及的"后旅游者"(post-tourists)提供了一个典型场所。后旅游者是那些对旅游体验采取后现代消解中心的取向的人。他们没有时间去揭示和了解当代旅游中被构筑的仿真性质,但他们知道,这只不过是一个游戏。他们喜欢有这样的机会去探索一些后台区域,并以多种眼光来处理这些体验。

在当代博物馆中也能发现与此相似的消解中心的取向。许多博物馆放弃了维护文化规范、教育参观者的计划。而在过去,这些博物馆为反映出上升的西方现代性价值,以十九世纪发展起来的进步梯级为序,将新旧不同时期的展览物一一安排展出。现在不同了,博物馆所体现的,是更为民粹主义的精神气质。从这个观点看,博物馆不应该再作为枯燥的教育场所;而应该加入一些后现代主义的特征,以成为一个呈现场面形象与仿真的"奇异空间"。深受大众传媒影响的群众,对抛弃符号等级、根据多元风格彼此平等的特性来更为戏谑地组织参展物品和提供体验,感到闲逸自在。这也表明了对文明的使命与统一的文化等

级的抛弃。博物馆的“奇异空间”也正是这样鼓励着具有如此广泛基础的群众，趋向于差异和戏谑（罗伯茨，1988；霍恩，1984）。鲍德里亚在对巴黎“丽城博物馆”（Beaubourg Museum）的描述中抓住了这个特点，说大众进入博物馆就如同进入了一个“特大型文化超级市场”（hyper-market of culture）。他写道：

103 人们希图接受一切，品尝一切，感触一切。审察、解码、学习，并非他们所求。他们要触觉和操纵的那一切体验，是一个统一的大众效应。博物馆的组织者，还有艺术家、知识分子，初次见到这种文化大众，惊慌于这些大众文化的见习者在面对这些文化场面时所产生的不可控制的冲动，因此，他们认真地处理这个问题。他们从未预料到这样活跃的、摧毁一切的迷狂：一种对并不理解的文化礼物如此原初的、粗野的反应，一种类似于打家劫舍或者劫掠圣陵宝地的狂热。（鲍德里亚，1982：10）

可以说，大众主义与精英主义之间的冲突，是博物馆的一个永久性特征（佐尔伯格，1984），不过，在八十年代，大众主义的趋势就堂而皇之地登台亮相了。

这种大众主义，几乎不是什么购物中心、商业广场和百货商店的不可预见的特征。在这些场所中，购物不仅仅是一种为追求最大效用的、纯粹的理性算计的经济交易，而主要是一种闲暇时间的消遣活动。这些场所中，场面形象设计得或排场宏大、奢华浮侈，或汇集人们梦寐以求的、来自遥远他乡的异域珍品，或表达对过去宁静情怀的感念与怀旧。徜徉其中的，已然是来消遣的观众。简言之，购物成了一种体验。由于工业化过程已经远去，城市变成了消费中心，七、八十年代的城市发展趋势就变

成了对购物中心的重新设计和扩张。在商场内部空间的建筑设计、仿真环境方面,它们融合进了许多后现代主义的特征:梦境幻觉的运用,蔚为壮观的场面,折衷混合的符码,这都引导着大众浮掠于大量的文化词汇,鼓励他们享受眼前的即时感受,并杜绝任何远距离观赏的可能;对情感的控制解除了,人们如同儿童般在那里漫游、溜达。一个主要例子便是北美的西埃德蒙顿广场中心,或者,更恰当地说是巨型广场中心(Mega-mall),它有一个64英亩大的附属娱乐场,其中有"极乐"露天游乐场,还包括一个有海豚、微型潜水艇、西班牙帆船等的室内海水湖水上公园(谢尔兹,1987:9)。在欧洲则有一个最大的购物中心,那就是英国东北部盖茨黑德(Gates head)的"大都会中心"(Metrocentre)。当城市工业化过程已经结束,大都市便出现了废弃的工业基地。在经济萧条时期,废弃的工业基地上便建起了消费中心。"大都会中心"是其中的一个很好例子,它通过发展旅游来促进自身的发展,因而建起了"古代村庄",幻想童话的"神才王王国",古罗马广场走廊,等等。通过圣诞卡及巧克力盒上印制的图像,这些总体性的包罗万象的象征性片断,激活了关于人类文明共同历史的神话故事(沙内,1990)。

所以,在当代城市的购物中心、商业广场、博物馆、主题乐园与旅游体验之中,就出现了一个共同的特征,即文化失序与风格的杂烩混合的空间特征。因此,消费和闲暇就意味着种种体验。诚如列菲伏尔(1971:114)所评说的那样,在当代城市中,我们有的是"商品陈列的消费,消费的商品陈列,记号的消费,消费的记号"。这种消费活动与消费品合而为一的情况,不仅是由于广告人、设计者、建筑师及其它文化媒介人生产出了一系列体验的共同形式,而且还决定于这些机构的所有者、赞助人、受托人及财政支持者之间结成的联盟。例如,纽约一家百货商店举办了一 104

个“中国周”的促销活动，在商店中，他们展出了许多艺术作品和博物馆的珍宝。在纽约大都会歌剧院中，总保留着许多流行影片(希弗曼，1986)。日本的百货商店也定期地陈列艺术珍宝，并主持绘画展览。这些促销活动与展览，使高雅文化与低俗文化之间的界限、商业与文化之间的界限变得模糊起来。

这些合流，尽管从符码的混合、解构高雅文化与低俗文化的符号等级来看，是一种新的运动；尽管在广泛范围的文化形式之间、以及在曾被专门当作高雅文化价值的教化场所、一贯的教育养成过程(如博物馆)中，合流也正在发生；但这并不是说它在历史上没有先例的。提起合流的先例，我们可以来看一看在十九世纪后半叶、最早在巴黎、然后又在其它城市中发展起来的百货商店。那时，人们实质上将这些百货商店想象为“消费的宫殿”，“梦幻世界”，是新的消费者(大部分是妇女，她们常常漫步于引介仿真、激发回忆与遥想异域风情的商品陈列区)来朝拜商品的“庙宇”。(R.H.威廉斯，1982；沙内，1983) 世界博览会与展览也产生过类似的体验。自一八五一年水晶宫大展后，这样的展览会成了定期举行的活动，直到二十世纪的早些年。每次盛会，都展现出了各式各样的仿真，它包括仿真动物、民族景观，还有不同国家的文化珍宝与日常生活的复制品(例如摩尔式皇宫、中国民居)。甚至体验的仿真也被展示了出来(如横越西伯利亚铁路之旅)。(见 R.H.威廉斯，1982) 此外，齐美尔在《货币哲学》中提到过的令人眼花缭乱、零碎分散的符号与印象，与现在已称作后现代体验的东西也多有相似之处。(弗里斯比，1985b) 对自我的活动与向他人的呈现也有相似的强调。如在一九〇一年

美国潘神[③]博览会上的"景点简介"中就有这样的指导性语言："请记住，当你一跨进门，你就已是被展示的一部分了！"(引自本内特，1988:81)的确，人群本身就是场面景观的一部分。人们参加一八五一年的"大展"(Great Exhibition)与一八九六年的柏林贸易会的理由，与八十年代鲍德里亚描述的巴黎丽城博物馆的参观人群的理由是相同的。作为一个游逛者、闲荡者，他观看他人，也向别人展现他或她自己。这就必需有一个有序的空间。对十九世纪四十、五十年代巴黎商业中心来说也是如此。当时波德莱尔对此还加以特别的强调，后来本雅明的《单向街》也把这种有序性当作核心内容来表达。对十九世纪后期的展览会与 *105* 百货商店来说，对今天的主题乐园、购物中心与博物馆来说，也同样需要一个有序的空间。简言之，漫游穿行于商品与艺术珍宝的陈列框架之间，是需要秩序的。陈列展示的形象也许将快感、狂欢与失序都激发起来了，但是，它们所激发的情感宣泄，必须限制在自我控制的框架之内。对那些缺少自我约束、或者濒于失去自控的人来说，按照全景监视原则(panopticism)设计的外在控制就会起作用。(福科，1977)这就是说，需要有控制和排除骚乱的管理。这是主题乐园和购物中心的核心原则。这些场所是私人拥有的公共空间，公众都处在摄像机的监视之下，粗暴的吵嚷、引起麻烦、纠纷的因素，在还未干扰他人之前就将被排除掉。

城市脱离工业化过程转而成了消费中心，并汇聚起各种壮观场面、混合的符码，使高雅文化与低俗文化融合为一体，从而导致了一种面向后现代生活方式的转变。但是，在我们继续沿

---

③ 潘神(Pan)，希腊神话中人躯羊足、头上有角的畜牧神，爱好音乐，创制了排箫。——译注

着这个主题讨论下去之前,我们必须提出一些具体的问题:(1)时尚潮流的影响范围有多大?(2)在具体城市场所中,这些生活方式在何种程度上仅仅表征了特殊的生活群体中少数人的局部体验?简言之,我们不仅需要从严格的社会学意义上对"后现代生活方式在什么地方发生"这个问题提出质疑,而且还同样需要知道,群体中究竟有多少人参与了、参与了多久这样的生活实践?我们还需要去理解使文化在当代城市中变得更为重要的推动力量,去研究将文化带到当代城市中的那些群体(如文化专家、经济专家、政策制定者)之间的相互依赖关系和矛盾冲突。

文化资本、新贵聚居区及生活风格化

近年来,人们越来越多地认识到了文化工业对城市经济的价值,越来越多地以直接或间接的方式,认识到了文化工业对文化机构的存在、文化活动、总体性文化感知的重要意义。人们敏感到,强化、革新、重新开发文化表层、结构和城市生活空间,将给城市带来许多好处。艺术与文化机构从事着文化工业如出版、音乐录制、广播与旅游业等。意识到这些,对中央和地方经济的发展,也越来越重要。随着当代西方社会中文化产品的生产与消费的普遍扩张,其重要性不断地得到加强。这里,我们也许要颇有益处地提起布迪厄(1984,1987)及其它人(拉蒙特与拉里奥,1988)所发展起来的文化资本概念。文化资本概念与可即时算计、交换、实现的经济资本概念相类似,也存在一个文化的权力模式和文化积累的过程。文化的资本特性及其价值,常常是隐含的,人们对它的认识也经常是错误的。布迪厄表明了三种文化资本形式:它可以以嵌入的(embodied)形式存在,如表现的风格、讲话的方式、美;也可以以对象化的(objectified)形式存

在，如文化商品图画、书本、机器、建筑等；还可以以制度化的(institutionalized)形式存在，如受教育的资格。在对城市的分析中，我们尤为感兴趣的是文化的物化形式。我曾提到过，由于把一些建筑、物质产品与商品认定为“艺术瑰宝”而加以典范性地保留，一些特殊城市也许就因此积累了自己的文化资本。(奥尔森，1986)从这个观点看，根据城市所积累的文化资本多寡和声望的高底，我们可以对城市划分出一个符号等级来，佛罗伦萨、巴黎、罗马就处在这个符号等级的顶端。可是通常来说，人们把文化工业定义为生产大众文化商品的工业(霍克海默、阿多诺，1972；加纳姆，1987)，而传统上对此类文化资本的价值却评定得较低。然而，文化资本的特殊形式的合法性、原来符号等级的合法性及文化资本场域的结构特征，不是永恒不变的。确切点说，这种变化本身应该被当作一个过程来加以思考。特殊的群体为使他们各自特殊的文化资本形式的利益最大化，在彼此相互依赖、相互斗争之中被紧紧联系在一起。这些联为一体的群体的行动，产生了一系列预期之中或预期之外的后果，其结果便是刚刚提及的文化领域符号等级的变动过程。因此，文化资本的特殊形式，如流行的大众文化(爵士乐、摇滚、电影、主题乐园)，其本身就有可能使自己变得更为合法，成为社会声望之源，并以此提高自己在符号等级中的位置。因此，新奥尔良及其它大城市，从前被认为是“低俗”的生活区，而现在因其旅游景观的价值而提高了自己受人尊敬的程度，从而获得了自己的城市魅力和文化资本。

根据文化资本来划分城市等级的标准在扩大。向后现代文化的转变，就是引入这样一种运动，它远离人们一致公认的、普遍的文化品味之判断标准，而跨入一种更为相对的多元景观中，以前被排斥的、奇形怪异的、异己的、芸芸众生的文化品味，现在

都可能被接受。在这种意义上讲，目前的趋势是，以符号等级为基础的、长期把持着西方社会的普遍性标准被排斥，而代之以对差异与多样性具有更大容忍程度的文化品味标准。从文化资本的经济效用角度来看，尽管烟囱林立、尘埃扑鼻的传统工业集镇，被赋予很低的文化资本（那些能把这些东西作为珍品收藏起来并当作博物馆藏品的人除外），但是评判标准的范围已从传统的历史价值和珍宝收藏，扩展到了新近创造和仿真的环境，它包括我们提到的那些更受人喜爱的后现代文化形式，如主题乐园、游艺广场、购物中心、博物馆，以及大众文化的汇聚场所。它们很有吸引力，又颇具商业价值。简言之，那些寻求在新的服务、信息与高科技工业投资的人，也许会受到城市的氛围与城市文化资本的影响。他们也许有助于加速城市恢复的策略，如重新开发码头之类的城市边缘区域和内城区域，建立新贵聚居区等。在全球性激烈竞争条件下、在投资与资本之流的自由市场力量作用下，城市具有了企业化特征，并且意识到了它们的城市形象，意识到了形象转化为当地经济的就业机会的能力。正如哈维（1988）所说，城市不得不调动起文化的作用，使文化变为'引诱资本之物'（Lures for Capital）。因此，在本世纪七十年代，西雅图为了解除大众的失业困扰，企业领导与计划者就汇集在一起，去游说人们为艺术的基础建筑投资，从而城市中就有了深受喜爱的公共物品，如其所自我宣告的"生活资本质量"（quality of life capital）。巴尔蒂莫开发了它的海港地区，汉堡成了一个大众传媒之城，盖茨黑德有了它的"都会中心"，如此等等。

107

　　这是一个称为后现代化的过程（库克，1988；佐金，1988b），它表明通过投资新型模式，重新构建了全球性的社会空间联系。由于内城中心地带的重新开发，也导致了与城市中心消解相反的一种趋势。后现代化过程必然使内城区域与码头之类城市边

缘脱离工业化过程，成为新中产阶级成员之聚居地，并将之开发为旅游业与文化消费的场所。与此同时，原来住在那里的工人阶级与穷人搬了出去，被赶到另外的封闭和孤立地带。一个很好的例子是在伦敦的巴特西(Battersea)，工人阶级居住的大批市建住房被卖掉，并被重新开发为雅皮市场(Yappie market)。在这种情况下，新的居住者在房屋周围设置防盗栅栏与门卫，以使自己的住房在他们下层阶级邻居面前固若金汤。返回城心区域的中产阶级，使这些地方越来越孤立，其过程还以后现代建筑如高塔、吊桥、濠沟为象征，它创造出防卫性的私人空间，以阻挡失业者、穷人、反叛青年及其他“危险阶级的残余”。它创造了戴维·哈维所谓的“巫幻城市”(voodoo cities)，在那里，重新开发的后现代文化带着狂欢的面具，其它一切消退的东西，都掩盖在此面具之下。如洛杉矶就有一个有百万之众的西班牙—亚裔居住的孤立区域，尽管其与城市的其它部分毗邻相接，但是，它远离太平洋沿岸经济纽带和城市贵族聚居区。在第三世界国家的移民浪潮和本国劳动力需求的作用下，未登记的家务劳动者和童工的出现，加剧了这一孤立化过程。正是这些过程，曾经参与摧毁了以前中产阶级为高雅文化与文化工业所达成的脆弱共识，并提出了政治性地利用艺术及其它城市文化资本形式的问题，提出了是否存在更为民主的文化政策问题(加纳姆，1987)，并且，在更广的意义上，也(必然)提出了抵制城市再开发或某些人所说的“城市毁灭”的问题。(贝尔曼，1982)

新贵聚居的过程是饶有兴味的，因为它不仅表明了内城区域文化建筑的再开发，而且还为中产阶级各群体提供了高度简练的轮廓。从多种外表来看，这些群体是生产者、文化承载者、具有风格易变生活方式的消费者，他们都发展了易于接受后现代文化的商品与体验的秉性。所以，他们直接的或间接的利益， *108*

既体现在个人的文化资本的积累方面，又体现在其居住区域与广大城市的文化资本的积累方面。

最能清楚地表述这个过程的，是已为人们广泛研究的纽约索霍区（佐金，1987，1988a；辛普森，1981；杰克逊，1985）。如佐金所指出的那样，索霍区作为艺术家的领地而复生，后来，为新中产阶级及艺术家生活方式的氛围所吸引，一批新来者聚居于此，这是一个复杂的过程。战后一个时期，艺术以其自己的方式发展成了一个强大的国际市场，对艺术投资的价值明显上升。就其他群体乐于把自己与艺术的生活方式相连而论，艺术家及其附属职业的地位上升了。进一步说，各市政机关开始意识到，赋予这些区域以保护性地位，对消除工业化过程之后所带来的副作用，重新开发工业化时期留下来的废弃地、强化城市总体形象来说，具有潜在的功能。战后，纽约取代巴黎成为"现代艺术"中心，艺术家、美术馆、博物馆和展览通道的数量得到戏剧性地扩增。（见克兰，1987；佐金，1988b；迪马吉奥，1986）当地政府、基金会、公司等，也发生了更为整体性的变化，他们开始意识到了艺术的社会功用。简言之，文化资本的经济价值提高了，从二十世纪六十年代开始的艺术先锋派，不再被当作是一种惹麻烦的、越轨的、放荡不羁的反文化了。城市政治家、投机商与发展商已把这些人当作另一种不同的先锋、当作涌入大片地价低廉的城市废弃地来聚居的再开发者了。

在美国社会，艺术更少具有高雅文化与精英主义的味道、更多带有民主风气。在此过程中，对艺术家的地位也相应有了更为总体性的再评价。艺术家现在挣钱，其中有些还以艺术为生，过着不错的生活。随着由艺术现代主义向后现代主义过渡，他们放弃了相反的伪装与无法解读的清教式的艺术作品，一些有名望的艺术家如安迪·华霍尔成了媒体追逐的对象。艺术家的

人格被赋予了魅力形象，他们的工作室（小楼阁）成了人们感兴趣的地方，他们生活也富于感染力。新中产阶级（比里斯，1986），尤其是布迪厄（1984）所指的"新型文化媒介人"，迷恋于艺术家与知识分子的生活方式，对这些艺术家们的生活风格化都普遍抱有兴趣。艺术家和知识分子们创造的生活风格与形式，很大程度上说，是关注身份、表象、自我呈现、时尚设计与装璜的生活方式；他们不得不把相当多的时间和精力放在品味意义的培养方面，因为这样的品味是易变的、具有鲜明个性的，它们将消费文化以及文化工业所继续生产的大量的新风格、体验和符号产品，并列排置在一起。 *109*

新中产阶级中文化专家们的习性，表明了一种易变的、向生活学习的模式。这里要说的是，在传播新风格的过程中，新文化媒介人起着重要的作用。对他们来说，把一种特殊风格加诸于消费者，他们的兴趣并不太高。他们更感兴趣的是，自己所玩味、重新玩味的那些从不同文化、文明和传统中吸取过来的风格。因此，就新型中产阶级的特殊阶层来说，他们有志于带有格调的生活，有志于将生活以审美的形式呈现出来。所以，他们就能够将最新的风格，如后现代主义的风格，传递到广大观众之中，而他们自己也就成了接受后现代商品与体验之阶层的一部分。并且，由于他们敬重对知识与艺术的追求，羡慕知识分子的和艺术家的生活方式，因而就被人们称作"准知识分子"了。

结论

后现代主义的倡导者们，抓住了文化中的一个主要转变。既有的符号等级被摧毁了，一个更为戏谑的、大众民主的冲动日益彰显出来。这样，在原来牢固建构的符号等级之外，即在西方

现代性和诸如普遍历史、进步、有教养、国家政治结构和审美理念这些既定的支配观念之外，拓展了一片空间。与当代西方城市相关的是，在新城市空间中，我们可以观察到所有那些后现代与后现代化的趋势：规模越来越大的城市建筑、以审美的形式呈现常人的日常生活；新的消费与闲暇飞地（如购物中心、主题乐园、博物馆）的发展，新型中产阶级返回到内城地带聚居。这些后现代冲动，暗示着风云际会在一起的人们，被规定了一些不太强烈的居住地身份、不太稳定的习性、以及一系列不太严格的秉性和类型。一些新的城市生活方式表明了认同中心的消解，人们更有能力从事放松了控制的情感活动及审美游戏。从全球水平上讲，可以说，我们正见证着大都会中心支配艺术家与知识分子生活的终结（R. 威廉斯，1983）。巴黎与纽约，作为文化、艺术、时尚、文化和消闲工业、电视、出版与音乐的中心，现在都面临着来自各方面的竞争。世界城市场域中不断出现的全球化过程，提供了新的文化资本形式和更广泛的符号体验，这就是说，110 通过金融（金钱）、运输（旅游）及信息（广播、出版、媒体），这些文化资本形式和符号体验更为容易获得了。

因此，一些强调后现代主义具有带来新奇事物与历史性事件之特性的人，可能会认为，我们正进入一个旧的文化等级被铲除的阶段。消解等级的冲动表明，高雅与低俗、精英与民众、少数与多数、有品味与无品味、艺术与生活，等等，所有这些垂直性划分（古兹布鲁姆，1987；舒瓦兹，1983），都只是社会生活的某些局部性特征，现在却再也没有适用的等级划分了。

为了反对这种颇具诱惑力而又过于简单的后现代的"历史终结的故事"，我们不得不指出，分类、等级及区隔在城市中从未间断过。如前所述，新型中产阶级及新富者居住在不断翻新开发的飞地区域，这些区域是排斥外来者的。这些飞地是环境设

计、风格与日常生活的审美呈现方面的高额投资区域。这些群体期望在购物时得到消遣,在消遣游艺的地方购物。他们力图养成一种生活的风格,对艺术、对具有审美愉悦的生活环境怀有浓烈的兴趣。(博耶,1988)对已确立其地位的新型中产阶级成员而言,这样的生活风格与后现代特征,是与体验密切相关的。超负荷的信息与符号生产,使得有序地解读身体呈现、时尚、生活方式与闲暇消遣更为困难。人们能够从一个汇聚有来自世界范围内的符号产品与风格的大"库存"中,随时提取他们之所需,这样,要从品味与生活方式来判断阶层特性就更加困难了。从六十年代开始,以前具有严格意义的符码行为一直存在着一种更为一般的非正式化和精细化过程。如在六十年代,由于人们认真考虑到了其它文化中的美的标准,从而使消费文化中十分重要的美的观念得到拓展,并超越了西方古典美的理念。(马维克,1988)就民主化趋势而言,也存在地位的差异。如道格拉斯与伊舍伍德(1980)指出,消费商品中的信息成分,随着一个人地位等级的提高而提高。那些向中上层爬的人,继续使用商品信息来与自己有相似想法、品味、兴致等的人建立联系,并把外围者屏蔽在这种联系之外。关于艺术的知识正好是这样一种非常合适的信息。

这样,如果说通过解读身体呈现与生活方式,还可能获取一个人的社会地位方面的指标的话,那么,这种游戏显然已经更为复杂了。如果说后现代表明了什么的话,那么是否可以说,特别一致的文化意义,以及与之相关的、那确定文化整体基调的西方社会中上层的主要生活方式,已经消失。这如同历史的世代流淌,其数量、其影响都在慢慢地消退。这里,我们想起了一种以共同文化为目标的观念,其以教育的构成规划为基础,一种知识总体(文学、音乐与艺术中的经典作品),就如同某种具有统一性

的东西;而为了提高自己,你不得不努力奋斗,以求获取这样的共同文化。随之而来的,是有教养或受过熏陶的人的观念、绅士理想的出现,这就是文明进程的产物。(埃利亚斯,1987b;1982)十九世纪后半叶的中上层阶级是这种文化理想的载体,并且,他们还曾力图通过博物馆和教育机构来传播这种理想。

六十年代以来,文化分类的消解过程,清楚地见证了这种理想的式微与相对弱化。问题是,在一个新的文化再垄断到来之前,这些标识为后现代的趋势,是否仅仅表明原有等级的坍塌、一个短暂的阶段,一种强烈竞争的文化幕间剧、变化的标准与价值的混合呢?或者说,我们是否应该认为目前这种趋势的延伸是永无止尽的,其本身就是历史的终结呢?这里,要回答这个问题,联系历史上具有相似的文化动荡不安与矛盾冲突那些时期来考察,不无裨益。如果说我们可以声称今天没有风格,有的只是各种时尚的话,那么我们应该记住,齐美尔在一三九〇年左右的佛罗伦萨也发现了相似的特征,当时,没有人模仿社会精英们的生活风格,每个人都创造着自己的时尚。套用齐美尔的隐喻来说,时尚与其它生活方式,就是联合或排斥他人的"桥梁或门槛"。如果这些功能在减弱,是否意味着因为我们仅仅是处在一个暂时的文化竞争的间歇期?或者说,更多的群体、文化与国家,卷入到一个扩大了的全球体系的游戏中,并使游戏进一步发展,是否意味着,由于可预见的再垄断化过程不可能出现,特殊的统治精英们推行其全球性品味与文化霸权的条件也已经被摧毁,从而我们被引向了一个推动后现代进一步发展的历史时期?

第八章　消费文化和全球失序[1]　*112*

八十年代社会学的一个显著特征，就是研究社会生活之文化维度的兴趣高涨，它将文化社会学从社会学领域之边缘推到了中心位置。（见罗伯逊，1988；本书第三章）与此相对照的情况是，宗教社会学滑到了社会学研究的边缘（费恩，1982；贝克福德，1985）。除了少数几个突出例外，那些正致力于对复杂的当代文化进行理论概括的学者们，一般对宗教现象没有多少兴趣了。也许我们马上就想到了古典社会学家韦伯和涂尔干。长期以来，他们的著作被奉为文化社会学的经典。他们都认为宗教是为理解社会生活结构和发展的核心。可事实是，与工业化、理性化、城市化和社会分化的过程相联系，宗教在社会生活中的影响渐趋衰微。因此，在某些人看来，这已引发了一场特殊的、现代性的价值危机，或者说是社会联系纽带之有效性危机。充分缓解这种危机，需要创造（或突出）某种新的意义复合体（meaning complexes）或道德。宗教的衰落和社会内部制度性基础的蚀变，总会给个体和社会都带来不良影响，留下一片社会价值的真空。对某些人来说，宗教瓦解了，变成了无数种准宗教的或非宗教的意义体系，并为个体提供某种特定的知识，以帮助个体处理拂之不去的终极价值的问题：神圣、生死、性爱，等等。其结果

---

[1] 此章翻译初稿，由中山大学社会学系九八级研究生周全完成。

便是，宗教化为了无形的宗教。马克斯·韦伯在《新教伦理》中关于宗教的著名比喻，大步跨入世俗事务的市场后，宗教就关上了身后修道院的大门；在现代社会中因为与其它的意义复合体一样被牢牢置于消费市场上，因而宗教发生进一步的转形。由此，我们想到了彼得·伯格于一九六九年和托马斯·卢克曼于一九六七年所阐述的观点：在生活方式的超市上，个体仍有能力从众多精心包装的知识体系中进行选择。个体对成就、幸福和终极生活价值的感知，被置于这样一个私人领域："人可以自由地以自己的方式选择和决定如何处置自己的时间、家庭、身体和上帝。"(B.卢克曼，1971；亦见哈蒙德[1986]和B.S.特纳[1983]关于宗教的市场模型的论述)

113

在现代西方社会中，若宗教的发展趋势就是成为一种私人生活中的闲暇活动，它与其它任何消费文化生活方式一样，在市场上可购买得到的话，那么我们有必要对宗教这种转变所产生的影响提出疑问，即这种转变，是否已使宗教接近其他消费商品和体验了呢？宗教自身能否成为一种生活方式和意义复合体，而像别的休闲活动一样能益人神智呢？诸如消费文化现象这样的闲暇消遣是否亦已披上神圣的外衣呢？当个体正羁缚于那些日常习惯实践和权力均衡之时，这些终极价值和信仰的问题究竟能起多大的作用？宗教的、准宗教的和非宗教的意义体系到底能提供什么样的有效性实践知识？价值和信仰问题，是否更适合于某些特殊社会群体或阶层，譬如知识分子群体？选择特殊类型的宗教和准宗教的意义体系，如何与另一种文化品味和生活方式追求（在某个具体社会，它们能在普遍性的品味和生活方式图中标定自己的位置）相联系？除了要讨论与消费文化有关的宗教之外，我们还需要思索宗教在后现代文化中可能扮演的角色。消费文化就可明确定位为：它产生于现代性内部，但亦

呈现了后现代性的多种特征。

消费文化与神圣性

遵循享乐主义，追逐眼前的快感，培养自我表现的生活方式，发展自恋和自私的人格类型，这一切，都是消费文化所强调的内容。这就不免使人们普遍认为，消费文化对宗教具有极强的破坏性。在考察宗教为消费文化提供方便、或消费主义仍继续支持某一宗教维度之前，我们还是先来简略勾勒一下消费文化的一些显著特征吧。消费文化，顾名思义，即指消费社会的文化。它基于这样一个假设，即认为大众消费运动伴随着符号生产、日常体验和实践活动的重新组织。许多研究都将消费文化追溯到十八世纪的英国中产阶级(麦肯德里克等，1982)，及十九世纪的英国、法国和美国的工人阶级中，认为当时的广告、百货商店、度假胜地、大众娱乐及闲暇等的发展，可能就是消费文化的起源。(贝利，1978；埃文，1982；R. 威廉斯，1982) 另一些研究则着重指出，美国在两次世界大战期间，就已初次显露了消费文化的发展迹象：广告、电影业、时尚和化妆品生产、交相传阅的大众小报、杂志和拥有无数观众的体育运动，使得众多的新品味、新秉性、新体验和新理想广泛传播开来。(苏珊，1982；埃文，1976；贝尔，1976) 由于与一般宗教、尤其是清教徒所恪守的传统古训(禁欲、勤奋、远见和节俭)背道而驰，人们奉行“及时行乐”的人生哲学，所以，就经常有人假设说，消费主义导致了精神贫乏空虚、享乐型的利己主义。在三十年代，马尔科姆·库利(1951)就开始集中研究他称之为新“消费伦理”的问题。新“消费伦理”最初产生于那些豪放派艺术家们和格林威治村的一批知识分子之中，并以此作为对基督教职业伦理的公开抨击。库 114

利指出，在本世纪二十年代末，这种新消费伦理被广告业所控制，它大肆鼓吹的是得过且过、享乐主义、自我表现、美的身体、异教主义、逃避社会义务、向往遥远国度的异域风情、培养生活情趣、使生活具有独特的格调。

很明显，消费文化的一个重要特征就是，商品、产品和体验可供人们消费、维持、规划和梦想，但是，对一般大众而言，能够消费的范围是不同的。消费绝不仅仅是为满足特定需要的商品使用价值的消费。（阿多诺，1967；詹明信，1979；莱斯，1983）相反，通过广告、大众传媒和商品展陈技巧，消费文化动摇了原来商品的使用或产品意义的观念，并赋予其新的影像与记号，全面激发人们广泛的感觉联想和欲望。所以，影像的过量生产和现实中相应参照物的丧失（这点我们已在前面关于后现代文化的章节中提到过），就是消费文化中的内在固有趋势。因此，消费文化中的趋势就是将文化推至社会生活的中心，不过它是片断的、不断重复再生产的文化，难以凝聚成为占主导地位的意识形态。当然，在此我们务必小心，对待文化，不要仅停留在记号与影像的系统层次上，要进一步考虑到它们在日常实践中是如何被运用的？是谁在从事文化生产和传播工作？要回答后一个问题，则又需要讨论专家在符号生产中的作用，讨论从事经销、发行和供应文化产品的各种文化媒介人。这是我们马上要讨论的问题。要回答第一个问题，势必要表明通过所有的消费文化影像来积极培育某种生活方式的重要意义，即：个人被鼓励去采用一种对商品的非效用性态度，以精心选择、安排、改用和展示自己的物品（无论是装饰品、房子、汽车、衣服、身体，还是闲暇消遣），从而用独特的风格来显示出物品所有者的个性。

为构筑一种自我表现的生活方式，从云集在个人周围的商品和体验中获得满足，便会产生对生活方式信息的持续需求。

一个抱有"人生只此一回"生活观念的个人,对文化产品、体验和生活方式有着大量的、冗长的阐释,所有的解释都表明自身的能力及其生活方式的转变。沃仑·萨斯曼认为,人的个性特征在形成过程中发生变化的关键就是,伴随着消费文化的发展,人们已从宣扬自己美德转变为宣扬自己的个性人格。(1979:220) 他从本世纪前二十年的劝世箴言册子中,引述了这种变化。例如O.S.马斯登在一八九九年写的一本名为《品格:世上最伟大的事物》的书中,极力渲染的就是那些基督教绅士们的理想信念:诚实、勇敢、责任、勤奋及节俭的美德。一九二一年,马斯登又出版了一本新的劝世箴言《主导型人格》,这时强调的则是"吸引并拥有朋友的必要性","要强迫别人喜欢你",要培养"个人魅力"和"吸引力"。

当然,这种劝世手册几乎未局限于消费文化的发展。诺伯特·埃利亚斯考察了一些风俗礼节读物,讨论了中古骑士的训导,及贵族成为消费艺术专家的宫廷社会的兴起。他指出,为了能在变动不居的宫廷内部权力均衡中得以生存,个人不得不去关注时尚、举止、风度,提高自己读解他人的本领。(埃利亚斯,1978b,1982) 尽管此类地位游戏(与塞内[1976]的看法相反,它们绝非娱乐性游戏)导致了对区别和差异的强调,这种强调正为消费文化所运用,也成了近来许多(比如布迪厄的《区隔》)关于消费实践、品味和生活方式的分析焦点。但是,这不应使我们忽视另外一种相反趋势的存在:即,为大众消费和民主化所欣赏的平等与差异弱化。(吉尔纳,1979;B.S.特纳,1986) 伴随着(不同阶层、性别,辈份之间的)更大的权力均衡,被视为功能性民主化进程之一部分的消费文化,就超越了反浪费法的限制,以致力量较弱的消费现象,能在大众时尚范围内,首次与更具权威性的消费实践和风格相抗衡。

倾向于竞争、平等和效仿的趋势与倾向于差异、个性和区分的趋势，均被乔治·齐美尔(1978)视作时尚的核心动力。社会群体要凝聚或吸收成员，或者制造差异来将个体与其他群体的成员区分开来，也为时尚动力所调和。齐美尔将时尚与现代生活的支离破碎、神经衰弱、过度刺激和神经亢奋相联系，而这些又随着大城市的发展而加剧。现代人所面临的，是疯狂变幻的时尚和令人不知所措的多元风格。然而，对齐美尔而言，个体为了表现自己的主观性而将内在的东西风格化，这样，在客观文化、亦即可见的公共文化中所体现出来的各时代的毫无风格可言，由此就得到了补偿。(弗里斯比，1985a:65)

116

齐美尔本世纪初对时尚的讨论，引出了与理解消费文化密切相关的另外两个兴趣点。首先，他认为时尚与特殊社会阶层(中产阶级)、以及特殊的定位区域(大城市)紧密相关。其次，他认为，力促日常生活中家庭用品具有某种风格(这是德国青春艺术风格运动的一部分，在英国亦有类似的运动，即唯美主义)，可与更大的"日常生活风格化"和"美化生活"之计划相联系。尽管艺术家们及其生活方式寻求远离一般的商业广告、设计和零售行当，以获得个性和差异性，但这两点还是都表明，中产阶级的生产者、消费者、观众、传播者及媒介人，与艺术、时尚及消费文化紧密相关。他们由此发展出了相似的倾向、品味、分类图式及生活方式的实践。这也进一步表明，对长时段过程进行调查研究是必要的。自十八世纪末开始，符号生产的专家们在增加，独立的知识艺术训练、制度和运动也在发展。这是一个包括了浪漫主义、唯美主义、现代主义及达达主义运动的过程，也是一个包括了不断地否定前卫艺术、不断重新创造与艺术家们相反的豪放不羁的生活方式的过程。这个过程，通过某些诸如"英雄式的艺术家"和"生活方式风格化"观念，必然将审美秉性和敏锐感

受力传递给更多的普通大众。它通过改变日常用品、商品及城市工业建筑景观等的设计，以多种不同的方式进入到了消费文化之中，借用一下艾伦（1983）所著一书的标题，或许可称之为“商业和文化的浪漫史”。

因此，对艺术反文化的那些反规范、追求惊世骇俗和逾越礼法的特征的强调，就成了许许多多人的兴趣焦点。（例如，贝尔，1976）但是我们也必须注意，不要仅凭对文本和艺术作品扫一眼，就认为它们的意义不言自喻、一览即知，而应该去深入考查和探询它们在日常生活中是怎样实际运用的。过高估计那些主要由符号专家们来生产、分类和讨论的信念的重要性，或是过低估计那些实践的知识，都是危险的。这些实践知识不只是被视为当然的东西，也非不能作为规范来运作的普通分类图式和秉性，相反，它是个体与他人在种种权力均衡的转换中聚合起来的，其展现的是为社会生活实践所必需的东西。（见布迪厄，1977；埃利亚斯，1978a）这里，我们要强调权力均衡和知识的实践运用，因为从民族、群体或个人都有占据或控制他人所需的资源（食物、爱、意义、防卫和知识等等）的能力看，权力是作为人类联系的一个方面而存在的。（埃利亚斯，1984b：251）

例如，丹尼尔·贝尔（1976：28）告诉我们：“现代性的真正问题就是信仰问题”。社会与宗教之间的链条已经断开，而世俗意义体系业已证明只是给精神危机开出了一剂假想的药方，只有宗教复兴才能重新恢复代际延续，才能带来全球性秩序、谦让与爱心，并能令人满意地确定我们的存在境遇的意义。这个问题，与其说是需要通过有意义的道德秩序和充分的社会联系的生成来填补的信仰真空，即贝尔（1976：156）所说的，那不能由强调享乐主义与自我表现的生活之审美判断来填补的空白，倒不如说要去探寻信仰的具体途径，特别是由文化生产专家如神职人员、 117

知识分子与艺术家所创生的信仰，将它们注入到日常生活之中，使之产生重要作用。文化专家们(艺术家、知识分子、神职人员)反过去，强调指导日常生活活动的一致性信仰体系，从而产生了日常实践中的信仰价值和理念。诚然，布迪厄(1983b)已注意到，在"卡里斯马型意识形态"、"才能"和"天赋"的意义上，知识分子和艺术家也自称为"不被创造的创造者"，尽管这只是在制度性文本中得以强化的秉性和实践技能的逐渐积淀。因此，他们就认为像写作或创造艺术作品之类的艺术和知识追求，是一种创造性的活动，而不是积淀的秉性或制度框架和权力均衡的实践活动。简言之，艺术家和知识分子感兴趣的是展示他们的超凡脱俗和对物质性的世俗利益(如经济资本、钱、财产)的鄙视，但或许他们表面上的超然，正掩饰着其对积聚文化资本(文化资本所累积的地位和声望，可以十分有效地成为货币和权力的替代品)的兴趣。为理解现代性中的信仰变迁，我们必须考察这些长时段过程，正是这一过程导致了权力均衡体系的变化：从专家们的宗教知识向各种制度和实践中的科学、艺术与智力知识转变。(参阅埃利亚斯，1988)自十八世纪以来，伴随着颠覆垄断社会知识的宗教权威的斗争，文化领域在相对独立地发展，这亦是需要研究的。(见费瑟斯通，1988)因此，尽管长时段过程完全有可能也发生在信仰的层次上，但我们还应考虑到，信仰在群体联合、群体利益和群体斗争等实践中的运用。

虽然某些特定的信仰体系或伦理情结有可能在某些特殊群体中产生强烈的情感满足和心灵寄托，某些群体会把它们作为长期的事业去加以坚持，但总的来说，它们难以在长时段的历史过程中一直维持下去；并且，这种情感满足和心灵寄托只在某些群体或阶级成员中更为强烈，他们会更为严肃地信奉这些理念，而不普遍地应用这些理念于整个社会。因此，必须谨慎地对待

118

库利(1951)和贝尔(1976:63)的"消费伦理"的积极驱动力。"消费伦理"术语亦是科林·坎贝尔(1987)所著《浪漫伦理和现代消费主义精神》一书的特色所在。坎贝尔(1987:8)采用了《新教伦理与资本主义精神》中的文化分析模型。韦伯在《新教伦理》一书中,假设在某一特定伦理与精神之间存在着某种联系,由此才产生出了指导个人日常生活的心理动力。然而韦伯后来(1968)就宗教信仰与社会群体的地位及权力结构之间的联系,作出了非常严格的社会学解释。韦伯强调,地位群体会通过保持一定的社会距离、对外围成员封锁经济机会,来尽力维护和加强他们现有的生活方式。(见本迪克斯,1959:258ff)除了原来优势地位群体为维护在生活方式上的显明区隔而采取种种垄断策略之外,我们还可补充一点,即外围者也在不遗余力地消解垄断,并通过篡夺僭取来颠破排斥性壁垒、消解特权。(参见埃利亚斯与斯科逊,1965;布迪厄,1983a;帕金,1979)当然为达到目的,为确定他们特定的领地,甚或为某一民族或全人类的普遍命运,他们也会表明加人主导者的强烈野心,强调他们对信念的忠诚,他们对基本原则的无私皈依。

然而,认为现代性需要用艺术来填补宗教的信仰真空、或用某种伦理来解释消费文化,也是不对的,因为这无非是说,社会需要基本的信仰,或者说个人需要通过基本信仰来从事活动。当然,在某些情况下,新的符号、知识产品的流通和需求的增长,激发起了文化生产专家们的兴趣。于是,一些群体也就把所有的男人和女人都当作"文化的存在物",并与有志于接受教养、把生活视为学习过程的其他群体结成联盟;但我们并不能假定这也能同样地应用于整个社会结构。仍会有另一些群体以他们自己的方式,来削弱、转换和整合已被明确定义过的意义体系(如宗教),使之进入真实存在的日常世俗活动中。于是,"大文化"

对不同群体会有着不同的冲击影响和实践意义。（参见罗伯逊，1978:80）可知识分子主要关心的，是去寻找统一性，把他们的解释普通化到了消除文化失序的地步。

贝尔（1976;1980:333）认为文化是对生存的核心问题（爱、死亡、痛苦、义务）的回应模式，这使他的文化和宗教观带有一种知识分子的偏见。（见道格拉斯，1982:7）若说宗教是对那些实质性的核心问题作出一系列最一致的答复，则宗教衰落必就将威胁到社会的整合与社会的纽带，而这正是贝尔的现代主义文化之论断。但这种观点似未考虑到，在前现代社会和现代社会中，均出现过文化的多样性和文化失序的情况。倘若接受已在人类学和德国历史主义中占上风的那并被玛格丽特·阿切尔（1988:1ff）称之为“文化整合之神话”，那会是很危险的。若是如此，则我们对文化一致性的感知就只能来源于假想的典范性文学文本，用知识分子们的眼光解读大众的实践，反而会忽略整合而丰富多样的大众传统。如果审视一番大众主流文化，我们也许根本找不到那些使贝尔忧心忡忡的反文化现代主义。相反，看到的只是专家（亦可扩及观众与公众）所消费于其中的文化领域。诸如肥皂剧、电影、电视广告、报纸杂志之类的大众主流文化，通常是不受文化探索、批评及抗议的限制的。在大众文化中，我们经常看到，人们频繁地关注着体面、卫生、健康食品、服装、服务，关注着法律与秩序、财产和个人的成功。（见道格拉斯，1982:16）此外，大众消费并非如贝尔所强调，是对新的满足和新的感官刺激的一连串无止境的现代主义式的轮回发掘。玛丽·道格拉斯认为：“对消费者自身来说，消费不太象是自我的满足，反更象是令人愉快地履行社会责任”。（1982:16）在断言艺术及知识追求会给文化和社会整合带来危险之前，有必要研究一番不同社会群体在日常生活中对文化的实际运用，它会告

119

诉我们,文化与社会结构是相关相联的,不能将文化视作一个完全自主发展的领域。如不这样,我们就会像大众社会的理论家们一样,从产品表面来照章读取普通民众的消费,全然不顾文化意义和商品是可以从中重新再造出来、或脱离商品状态的。

必须加以证实而不仅仅是假设的,是有关文化精英所详尽阐述的宗教的或现代主义的新观念体系影响大批群众的方式。对英国十七世纪的新教主义和美国二十世纪的现代主义来说,也是如此。许多高雅文化即便没对人民产生什么影响,也会发展起来。韦伯在《新教伦理》中也说,改革了的教义成功地在高雅文化与日常行为的鸿沟之间架起了可以跨越的桥梁。可英国十七世纪的神学家们却注意到大众的精神沉睡状态,并有迹象表明,怀疑主义和反宗教的传统仍继续存在。(雷伊,1985b:101)表现喧嚣嘈杂、嘲弄宗教仪式、大众抗议与欢乐节目的"大众文化之戏剧或反戏剧",依然受到热烈的欢迎。(雷伊,1985a:8)诚如雷伊(1985a:16)所提醒的那样,"在现代英国的早期,狂欢的风气是如此令人惊异地强烈盛行"。现代欧洲早期的狂欢作乐、节日盛会与交易会,也以象征性颠覆和对怪诞的肉体享乐的擢升,来鼓吹对古典而正统的文化的反叛。它们为探索正统文化的异端表现、开掘欲望,提供了"有序的失序"场所。(斯达利布拉斯和怀特,1986;并见第五章的讨论)当我们遵从贝尔(1976)的方法,将文化现代主义溶入到较低阶层的消费文化之中的时候,还有一点也是很重要的,即要去考察异端表现的所有可能的象征剧目、叛逆、颠覆性及欢庆之活动;去考察狂欢和大众传统,是如何被吸收到正处萌芽阶段的豪放派艺术作品和生活方式中去的,而这又如何成了十九世纪大城市中文化现代主义的寄寓之所。 *120*

因此,重要的是,要避免当前社会学"逃向现实"的取向(埃

利亚斯，1987a），同时，在研究计划中，也要避免从自个儿认为问题成堆的时代，倒退到一七五〇年前有秩序的、稳定的有机整体的前工业社会（伊斯顿等，1988：20）丹尼尔·贝尔（1976，1980）对文化现代主义的不良影响的关怀，也与德国的社会理性及文化悲观主义（Kulturpessimismus）的传统有关。（凯尔伯格，1981）对他来讲，当代大众消费社会就是孤立零碎、非个人的社会，有意义的社会纽带和整合手段都被剥夺了。所以，当贝尔意欲倡导宗教复兴来重构已明显遭到文化现代主义威胁的社会纽带的时候，被人们指责为"怀旧"是毫不奇怪的。

概括地说，要理解当代文化以及宗教在文化中的位置，对文化的定义就要比贝尔的定义更宽，以使我们能更强烈地感触文化的丰富多样性及其失序。也许局限于他们自己在阶级结构中的具体位置，一些群体（如中产阶级中的符号专家和文化媒介人）严肃认真地对待着价值理念。而另一方面，其他群体却对正统的信仰持冷漠的态度。具体的民族—国家形成过程所产生的一系列后果，可能使不同社会发展起了开放取向的信仰、宗教及知识产品。在一些国家的形成过程中，特权阶级扮演着次要角色，而中产阶级中的符号专家（如清教徒）与经济专家的联合，也许促使了以信仰为重心的国家文化和民族性格结构的形成。同样，也可以以这种角度来分析美国中产阶级的文化。（见贝拉等，1985）最后，信仰体系的吸引力可能会随历史而变化，在某种特定情况下，某些特殊情感因素可能会传播到广泛的人群当中去。这就是我们要转而研究的涂尔干的理论取向。

涂尔干（1974：92）强调，各种社会都有过集体性骚乱和狂热的冲动。然而，这样的冲动既在时间上难以持久，也不能在分化社会中为不同社会群体所共同保持。涂尔干强调了社会核心中深层次的、持久性的情感层面，它由深植着社会情感、集体表征

121

与仪式的符号象征显现出来。(铁雅千,1978)照此说来,伴随着理性化、商品化、世俗化和祛魅的过程,现代性不会遮蔽宗教式的情感,因为,一旦正式宗教衰落了,那么体现神圣与世俗之差异的象征性分类和仪式活动,也就进入到了世俗社会过程的核心。正如涂尔干所说,如果一切都可以神圣化,那为何不可提资本主义那'亵渎神灵'的商品呢?如果我们注意商品的实际使用,那么很清楚,在特定情景中,商品就可能脱离商品状态而获得一种(远超过广告商所预计的)象征性意义,从而对商品使用者来说,它们就具有了神圣性。因此世俗的消费产品便有可能被转化为弥足珍贵的所有物。(见罗切伯格—哈尔顿,1986:170)

现代社会绝不是一个符号匮乏的世俗物质世界,商品、产品及其它事物也绝非被当作纯粹的"使用物"。我曾认为,消费文化编织起了一张由影像、记号和符号组成的、变动不居的巨网,而这样的象征符号不能仅仅当作"世俗的"来加以概念化。基于对涂尔干晚期著作的研究,亚历山大(1988:189)认为,在现代社会中,"社会符号像神圣事物一样,具有权力和强制性;社会价值间的冲突正像是神圣与世俗,或圣洁与肮脏之间的冲突一样;政治性互动如同仪式参与,它生产着社会性凝聚力和价值承诺"。这并不意味社会符号都是和谐的、整合的,它们也相互争斗,遵循着竞争过程的规律。这里,人们也许可能想起某种方式来。例如,国家形成过程中的文化维度,以及合法的道德规则与统一的集体性表征,就必须被当作是对另一种可供选择的文化、传统进行持续的怀疑和排斥的斗争的结果。(科里甘与萨耶,1985)。亚历山大(1988)自己对美国七十年代早期的水门危机的研究,就是对不同精英间的斗争结果的很好说明。斗争的结果就是导致一种仪式共同体的产生,这个共同体是通过电视听证会来肯

定美国公民宗教中那种将民主圣物化的神话的。

从某种角度看，消费文化中的电视，尽其所能使神圣的东西零碎化为信息之洪流，如同曾经各自封闭孤立的符号和记号现在毗邻相接在一起一样，它们也混汤带水、混乱不堪地并置排列在一起。然而，有争议的是，电视播送的事件、仪式及场面，是否也能营造出类似的节日性气氛？（达耶与凯兹，1988）这些事件，如加冕典礼、皇室婚礼、国葬、甚至于摇滚音乐会和体育决赛，可以生成（或再三确认）对社会冲突和竞争予以支持的道德一致性，从而彰显其神圣感。但是，由于在现代社会中，通过电视，我们更加有意识地去创造传统、生产“卡里斯玛”和神圣的象征、操纵道德一致性舆论，所以，我们不应把那些事件仅仅看成只是在为下一代提供新的神圣感。正如涂尔干所指出的，这些产生极度兴奋与“炙热情感”的场合，由于伴随着共同的吟唱、舞蹈、仪式等活动，而被进一步强化了。六十年代可以说就是这样的年代，那时，像“伍德斯托克”[②]那样的音乐节、普遍性的兴奋激动、热烈欢腾的场面等突发性事件真是层出不穷。在此类热闹景象中，常规性日常世界转变成了一个非同寻常的神圣世界，人们暂时地生活在团结一致的空间中，几达理想之境。（铁雅干，1978；涂尔干，1974）连续不断的众多集会常常结合着重新激发原初的神圣灵感仪式，它如同“蓄电池”一样，为较为世俗的日常世界中的人们，提供炙热的情感源流。（柯林斯，1988：111）诸如邦迪（Band Aid）、福迪（Food Aid）、尼尔森·曼德拉音乐会（the Nelson Mandela）及其它国际性交流等电视摇滚音乐会的壮观场面，也可激发起更直接的情感团结、重新唤起和强化人们的道德

122

② 伍德斯托克音乐节，一九六九年八月在美国纽约州东南部的 Woodstock 举行的摇摆舞音乐节。——译注

关怀，例如，普遍的人性、人的神圣性，人权及最近的自然神圣性和非人类物种之神圣性。

上面我们一直讨论的，是消费文化并未使低贱的物质主义遮蔽了所有的神圣性。这与某些理论家形成鲜明对比。他们一心想把文化与宗教的定义局限于实质性核心问题(生老病死以及爱)。相反，我们则采用一种更为宽泛的文化定义，不仅包括正式的宗教制度及运动，也包括那些社会过程和实践活动，无论是国家仪式、摇滚音乐会，还是在小群体或朋友、爱人间进行的小型神圣性仪式，所有这些都在生产与再生产着神圣的象征。因此，我们不能接受把消费当作直接的产品消费、从而以此来弃绝"大众"消费的方法。相反，我们不得不承认，虽然消费主义带来了商品的过度膨胀，但这并不意味着神圣被遮掩覆没了。若我们能注意到在实践中的商品所具有的象征意义，那事情就一目了然了。

后现代主义与文化失序

在最后一节里，我将深入探究一下六十年代以来西方社会中的某些变迁，正是这些变迁，使得某些评论家们认为向后现代文化的转变开始了。我将一般性地考察这些消费文化发展趋势之间的关系，也将具体考察知识与艺术圈中发生的变迁，考察知识分子和艺术家同其他群体的关系的变迁。这些变迁，改变着象征符号产品的传播、流通和被接受的方式。简言之，如果说后现代文化正在兴起，那么我们不仅需要提出"什么是后现代文化"的问题，而且还应问"后现代文化在哪里"？"哪些群体想通过培养或创造具有普遍的敏锐感受力的大批观众，来使后现代文化变为现实"？推而广之，我们需要将这些变迁与更大的全球

123

秩序的转变联系起来，在全社会间(intersocietal)层次上，与不同民族一国家之间权力均衡和转化联系起来。后现代文化概念显然源自一个西方情境，它假定后现代文化代表着一种非肯定性的超越，是对西方现代性长期发展轨迹的一个戏剧性突破。我们需要提出来的问题是，在多大程度上、以何种方式，对文化多元主义、对整合、对异类文化传统中“他者”的敏锐感知，骤然相遇了其他传统，从而以文化失序之势产生了更为开放、更为多元的全球环境；由于国家间的权力斗争和排斥性经济竞争可能会愈演愈烈，由于不同文化传统的变迁轨迹不清楚，由于新的文化控制秩序的前景不甚明朗，就使我们提出这样的问题，即这种多元主义后现代文化的出现，究竟在多大程度上，可以说是争夺主导权的暂时中止或缓和。

如果要问谁是后现代文化产品的生产者和传播者，那么我们首先就要注意到，在诸如艺术、文学、建筑、音乐、批评和学术等艺术与知识领域内，发生了许多变化。而六、七十年代，正是在这些领域内，才首次使用了这个术语，它表明了一场超越文学艺术现代主义的运动。当时，人们认为，文学艺术现代主义在形式上已经“枯竭”了，而它们那叛逆的先锋派，经由学院、博物馆、美术馆的正式认可、成为经典，然后又变为高等教育体制的教学大纲一部分，其本身业已走到了尽头。界定后现代主义的难题是，对每一个特殊领域中的不同事情，它都有所指涉。然而，在不同领域之间进行信息交流的批评家和文化媒介人，正创造着这个术语的共通的含义。符号生产中的专家们如艺术家、小说家、知识分子、学术性评论家、研究者，进一步强化了这个术语的惯用法，用它来解释和构建一套关于日常体验、文化性产品及阐释框架等的独特体系。从这点看，就有可能区分出许多方面的后现代主义特征。

首先，后现代主义攻击艺术的自主性和制度化特征，否认它的基础和宗旨。艺术并不源自创造性天才或特殊才干的艺术家的高雅体验。万事万物都已见已描，艺术家并非独具慧眼，他只是命定了从事复制罢了，而且应该是不矫柔造作地去复制。后现代主义超乎博物馆珍藏的艺术创作、艺术作品或名家手笔之上，并有意模糊艺术与日常生活之间的界限。事实上，艺术无处不在：大街小巷、废弃物、身体、偶发性事件。高雅或严肃艺术与大众流行及肤浅艺术的区别，大概已不再有充分的根据。

其次，后现代主义发展了一种感官审美，一种强调对初级过程的直接沉浸和非反思性的身体美学，这被利奥塔称为"形象性感知"（拉什，1988），是与作为次级过程之基础的"话语性认知"相对立而言的。因此，它使颠覆被叙述为一系列连续之流合法化，也使喧嚣尘上之聱杂来反对至理名言合法化，使专注于身体（外表和内脏）的艺术合法化。

第三，后现代主义无论是处在科学、宗教、哲学、人本主义、马克思主义中，还是在其他知识体系中，在文学界、评论界和学术界，它都暗含着对一切元叙述进行着反基础论（anti-foundational）的批判。利奥塔（1977）强调以"微小叙事"（petits recits）来取代"宏大叙事"（grands recits）。因此，通过反神学知识去剥掉全球性知识的伪装，就使村社居民的"地方性"知识成为了整个知识领域的一种补充。（多尔蒂，1987：215）因而知识应是散落的、模仿的。它应戏谑地强调非连续性、开放性、任意性、反讽、反身性、非一致性和文本精神分裂特质，而不能带着系统阐释的目的来读解它们。就我们内心世界的调节和晦涩的符号象征之网的困境而言，我们不应提及时代意义上的历史终结或社会终结；或者，确切地说，历史的终结无时无刻不存在。

第四，在日常文化体验的层次上，后现代主义暗含着将现实

转化为影像,将时间碎化为一系列永恒的当下片断。(詹明信,1984a:15)因此,后现代的日常文化是一种形式多样的与异质性的文化,有着过多的虚构和仿真,现实的原形消失了,真实的意义也不复存在。由于缺乏将符号和形象连缀成连贯叙述的能力,连续的时间碎化为一系列永恒的当下片断,导致了精神分裂似地强调对世界表象的紧张体验:即生动、直接、孤立和充满激情的体验。不断换着频道的MTV观众对世界的碎片化的看法,体现的就是这样的范式形式。

第五,后现代主义所喜好的就是对以审美的形式呈现人们的感知方式和日常生活。因此,艺术和审美体验就成为知识、经验及生活价值意义的主要范式。

显然,我们所离析出来的这些特征,只能看作是学术与知识场域中一些小范围内的趋势。首先要强调的是,这些特征本身并非是六十年以后才新兴起来或独一无二的。以第二、第五个后现代主义的特征为例,如第五章所讨论,很明显,具像的审美(figural aesthetic)和日常生活的审美呈现,可一直追溯到中世纪的狂欢与集会。这一传统是中产阶级心往神迷之源。他们中的一些人,将狂欢和叛逆性特征,结合到了十九世纪发展起来的豪放派艺术及文学作品与生活方式之中。当然,这也是那些不停地改变现代主义艺术特色的先锋派人物的艺术源泉。它们与后现代的出现的不同之处在于感知的程度和感觉范围的大小:中世纪的狂欢是短暂的,无论是从心理上、还是从地域上看,它发生的范围受到了相对的限制。而如今,借助艺术市场和消费文化市场,符号生产专家和潜在观众的数量都要比以前多得多。这些感觉认知的发展正是社会内部文化变迁的征兆。既然如此,我们就必须要更密切地观察那些拥护生活的审美呈现之主张的人,这些人正是更广泛的可以被调教、训练成具有后现代之

敏锐感知的潜在观众。

近年来,为了知识性、文化性和象征性产品,已经开辟了一个更广阔的新市场。很明显,在新型中产阶级中从事上述产品的生产、流通和传播的专家人数已急剧增长。关于新型中产阶级的兴起与构成,长期以来争论不休。为节省篇幅,在此不赘(见前面第三章的讨论)。这里还是来注意术语的非一致性用法吧。显然关于这个阶层,存在许多叫法,诸如"知识阶层"、"新兴阶层"、"新型小资产阶级"、"服务阶层",等等。不过,社会科学家们一致同意的是,在失业率不断提高的时期,它反倒一直在急剧上升。正如我们所经常强调,对此最感兴趣的,还是知识分子、艺术家、学者,以及布迪厄(1984)所说的"新型文化媒介人"。新型文化媒介人积极地推进知识分子生活方式的发展,并向更多的观众推广普及。他们同时还积极参与撤除文化知识的排外壁垒,开放专属知识分子的思考与追求的领域。这就有助于消解高雅文化与大众文化之间旧的障碍和符号等级;同样,这也有助于培养和创造大批观众,使他们能够以后现代主义现象中十分引人注目的感悟力去接受知识艺术的产品和体验。

如前所述,这种感悟力的起源,可上溯到浪漫主义运动时期,它是文化生产专家人数增长及权力潜能提高的长时段过程 *126* 的结果。独特的艺术家、符号生产专家、普通的文化媒介人,倾向于开发更大的情感源泉以作为他们的作品和生活方式的一部分。这在六十年代尤为明显。那时,大批的人接受着高等教育,服务行业也蓬勃发展,他们都以"反文化"为标志,攻击对情感的约束,喜欢在服饰着装、表征方面体现轻松、非正统的风格。实际上,六、七十年代令人瞩目的非正统化过程(乌泰斯,1986),虽在某些地方表呈为危险且天真的情感倒退,但实质上有着更强的自我控制:"有控制的情感宣泄",面对以前被压抑的情感,他

们保持着轻松自如的感觉和更高水平的控制。当然，在七十年代，也有过危险的、以自我为中心的自我陶醉。不过，可以认为，伴随着非正统化与情感探索的过程，以不太严格的行为规范与符码意义为原则，要求个体之间更加彼此尊重。（乌泰斯，1979）在某些新的宗教运动和心理疗法中，情况也许就这样。更少权威的协议管理模式是组织结构中广为流行的变化（这在教育及社会工作职业中最为突出，但在其他企业和管理组织中也绝非罕见），其进一步增强了角色扮演和权力结构中的灵活性。（德·斯旺，1981；哈菲坎普，1987）

这样，对后现代主义的理解，就必须置于消费文化的成长、从事符号产品生产与流通的专家和媒介人人数增加之长时段过程的背景中。后现代主义从消费文化中吸收了生活的审美呈现方面的许多特征，认为美的生活就是道德的善的生活，它毋需涉及人性与真实的自我。生活目标就是对新体验、新价值、新用语的无止境追求。对社会科学研究来说，尽管这也许是一个颇具威胁性和局限性的范式，但也找不到同样的理论基础来判断后现代主义对日常生活的作用。应该不带主观感情地考察生活的审美判断。如果这样去做，也许会搞清楚，有控制的情感宣泄，一种核心的、一致性统一的宗教信仰体系的缺场，并不会导致虚无主义与社会的解体；确切点说，向审美标准和地方性知识的转变，只可能带来相互期望的自我约束和对他人的尊重。

这并不必然导致神圣性的终结；确实，正如我所争辩的那样，在消费文化里，神圣性可在有组织的宗教之外得到维持。然而，根据某些后现代理论家们的看法，也许真的存在着对神圣性的威胁。例如，鲍德里亚（1983a）认为，在"电视就是世界"的社会里，信息、记号和形象的超负荷，是对我们连缀记号为连续叙事的能力的威胁。而从表层的形象之流的紧张体验中，我们获

127

得的是审美的满足：我们并未去寻求连贯而持久的意义。于是这必然出现象征的终结，因为对消费文化中偶然且杂乱怪异的大拼凑排列所激发的任何意义的联系，或者对意义的淹灭，记号都能自由地将它们表现出来。也即是说，我们走向了文化的失序。但是，如果抛弃那些诸如"电视就是世界"、电视就是为实际的电视观赏实践提供一套又一套"游弋飘浮的花花绿绿节目"的观念（最贴切的例子就是二十四小时不停地播放的 MTV 节目），那么我们会注意到，公共领域与私人领域之间的疆界已然无存。这在集体一起观看节目时尤为如此，观众绝不是被动的，而是积极地投入到事件、场面和仪式的宗教意义中，并且人们有时可能还盛装打扮，使观看本身也仪式化了。（达耶与凯兹，1988：162）因此，一旦我们抛弃诸如信息的超负荷、信息形式决定了它的内容以及人们对它的接受之类的观念，我们就会认识到，积极地观看和接受电视的，是深植着社会文化之根的个人，而社会生活的象征与神圣就体现在其中。事实上，文化再生产的实践，要求人们力图使符码稳定下来，成为具有实践连贯性和象征意义的分类图式，而不是（正如我所强调的）去追求文化专家们的实践核心：逻辑和理性的连续性与真实性。

最后的问题便是，消费文化与后现代主义是如何与全球秩序联系在一起的。通常认为，全球规模的消费文化，与美国控制世界经济秩序的力量的扩张相对应。（马塔拉特，1979）这就是说消费文化注定要成为普遍性文化，它将摧毁每个国家自己的民族文化。然而，对电视收视影响所作的研究，却强调民族文化差异在读取和解译信息时的重要性。实际上，电视节目中的信息，只能理解那些具有社会意义的符号代码，因此不同民族、不同社会阶层便借助并不恰当的符码去观看国际流行电视节目。我们提到的消费文化生产的过量信息及符号，也同样在内

容上抵制任何一致性的、整合的、普遍的、全球性的信仰。然而，“他者”、不同民族的形象，以前并不为人所知，或仅是一些狭隘的固定模式，现在普遍流行开了，这可能会有效地将他者、将全球性环境的意义提上日程。

就后现代主义而言，源自于对提供阐释基础的元叙事之信仰的丧失，“他者”不再有异域外乡的陌生涵义，正如不再以固定的模式来看待它一样。这使我们想起赛义德关于东方主义的研究来，对从某个中心、某一基础来阐释不同文化与传统来说，“他者”这些涵义的丧失，引发了进一步的危机。这一危机正出现在整个社会科学理论中，并与对全球情势的认知变化相联系。对他者的开放、从前对不同文化的失序的忽视、或曾经对此感觉到的威胁，其本身就表征了国家间权力平衡的转变。寻求以他者自己的方式来了解他者、寻求在狭隘武断的固定模式背后认知隐藏的东西是什么，都显示着文化的阐释方法论的转变。文化分层的消解和长期维持的符号等级的解构，表明国家和文化之间相互依赖的环链正不断拉长，并且交织得更为紧密了。例如人类学，从后现代的演绎来看，对各式各样的地方性知识体系的独特性与整合性的接受，已然越上一个新的台阶，人类学的主题，不仅是要去争议人类学家的阐释权威及其有效性，而且还要使他者为自己说话。这样，剩下来让人类学家去作的事情，就只是去说一说他们自己经历的故事了。（弗里德曼，1987）这些变化发生在社会间层次，它把学者和知识分子推入到了多元文化的视野面前。它与不同社会内部层次上的某些(其中有的是我提及过的)变化复合在一起，一方面大量的新知识分子的出现使知识分子领域急剧膨胀，削弱了原有的知识分子的权威，也使占主导地位的知识分子用来确定符号等级的垄断权力消解了；另一方面，新型的文化媒介人为满足人们对新的文化体验与感觉

的渴求,不断需求着新的文化产品,从而形成了一股来自消费市场的拉力。实际上,知识分子已降格为充当解释者的角色,去包装特别具体的问题。无论以何种合法的或实践的努力,知识分子都不能再去提供合法的普遍性知识了。(鲍曼,1985)

从某一角度来看,后现代主义可理解为一种文化影像,一个象征好运的概念,它综合了失序、消解、相对主义和碎片化的各种形象,它在系统化而普遍通行的现代主义概念体系之外,另辟了一块新的概念空间。文化失序的影像,已是西方传统中相反的、叛逆性的亚文化主题,并保留着可感触到的狂欢与生活中的艺术复兴。它在后现代主义中再度出现,吸引着后现代主义的支持者和倡导者。通过社会内部阶层结构的变迁,推动了文化产品的新市场的出现和文化专家的新就业机会的出现,同时,通过社会间关系的变迁和全球化过程的发展,这些文化失序的影像本身也就具有了更广泛的吸引力。确实,就普及推广西方文化之计划为标志的现代而言,后现代一词的使用,把我们引向了对世界性局势的思考。世界成了一个统一的大区域,不同文化与传统相互竞争的全球性文化影像在这里出现了。(罗伯逊,1987)

129

第九章 共同文化抑或非共同文化?[1]

一提到"共同文化"(common culture),立即就会引起如何理解的问题。"共同"这个词意味着对某些东西的共享,但它还有进一步的含义,如低级、粗俗与未加提炼等。从后一种意义上讲,这个词与拉丁词 vulgus 相关,指的是普通民众。(R.威廉斯,1976:61)也许我们可以简化本章的题目为"共同文化?",并对"共同"这个词的两层意思加以权衡:一种是(或应该是)共享的、整体性的文化,一种是低级的、粗俗的、未加提炼的文化,显然,这种文化需要一些方向性的和指导性,从而得到提高和升华。当然,"文化"一词问题更多,它是根本上更有争议的概念,其含义范围更广。它可以是规范、观念、信仰、价值、符号、语言及代码。它还可以表明(文化领域内或高雅文化中)一个人、专家知识分子、独立艺术与实践等的精神与知识的发展过程,甚至可以(在人类学的意义上)说是群体、人民、社会的整体性生存方式。上面关于文化的最后一个含义,"整体性生存方式",如我们将会看到那样,它暗含的假设是,文化是使人们凝聚为一个共同整体的一系列共享的意义、信仰与价值。

有两种刚提到的文化含义是可以联结在一起的,即:作为个

---

① 我对文化多元主义的理解,很多情况下受益于与罗兰·罗伯逊和布莱恩·S.特纳的讨论,为此,我十分感谢他们对我的支持。

人精神与知识发展过程的文化，以及艺术与知识实践之产品的文化。这是因为，它通常是从事艺术与知识实践的符号专家加诸于受教育者、受培养者之上的一种肯定价值。这就使人认为，文化，就其共同文化形成意义而言，它是一项有价值的计划，它把普通民众的教育，纳入到一系列高级的、整合的价值与品味的培养计划中。

这里存在一种危险，即"是否真的存在一种共同文化"与"是否应该存在一种共同文化"这两个问题有可能会搞混淆，我们必须对这两个经常被忽略的分析层次的差异加以区分。首先，我们必须认真考虑社会学与人类学中关于共同文化的主题，并假定，一种整合的文化、或占支配地位的意识形态，在维持社会秩序与整合方面起着关键作用。这需要与在文学理论与文化研究中发展起来的第二种关怀区分开来，这就是关于价值或共同文化的必要性的问题。这样，对待文化就有了几种典型的立场：过去曾经存在过一种共同文化，但是现在正遭受到大众文化的摧毁，所以我们必须设法让过去的文化传统复活起来；或者相反，共同文化最终只能由文化精英的教育计划来创造，它将最终消灭粗俗、野蛮文化的残余；或者，最后，是一种稍微不那么精英主义的解决办法，把普通民众（现在被肯定地评价）与挑选出来的"高雅"文化传统中的要素结合起来，发展出一种真正的共同文化。雷蒙·威廉斯可能是最后一种解决办法的主要倡导者。 130

在我们即将仔细考察刚才勾勒出来的这些观点之前，有必要在这开场白中再加上最后一段。在今天的人文与社会科学中，共同文化的主题并未引起多少激情。后现代主义这一非常活跃的文化主题，是共同文化问题的反命题。所以，我们必须视共同文化为一种不怎么永固的价值，或不怎么静止的抽象命题。确切地说，我们需要去探究它的产生与形成条件。尤其是，这必

然需要一种关于符号专家(知识分子、艺术家、学者、文化媒介人)与其它群体之间权力平衡与相互依赖之变迁的分析。就是推动符号专家群体向前发展、其它群体走向衰亡的那些广泛的过程,使我们明白了为什么某些文化观念获得了或失去了民众特性。最近有人断言,在西方世界,我们目前正进入一个"消解文化分类"的阶段(迪马吉奥,1987),在这里,长久以来确定的符号等级已经被摧毁。如果情况果真这样,那我们也且不要忙着去跟着说文化原则已经死了,或者在价值构成的意义上去欢呼那种宣告共同文化一致性终结的文化失序,而是相反,要去理解使文化失序与共同文化这两方面出现的社会与文化过程。

共同文化命题

过去十年中,许多新的文化研究团体、论文专集、杂志及其它出版物的形成和出现,表明了社会学、其它社会科学与人文科学对文化兴趣的高涨,表明出现了一种超越性运动,即超越那种把文化或者看成是"艺术",或者看成是相对稳定的、共享的,从而是毫无问题的规范、价值与信仰,一句话,铁板一块的社会关系的运动。(罗伯逊,1988)所以,可以说,对文化之各种维度、对文化与社会的关系进行严肃认真而又系统化的理论概括,只是到最近才得以出现。

131

玛格丽特·阿切尔(1988:1)最近认为,对文化的概念化"是社会学中对关键概念的分析发展中最弱的一个,它使文化概念在社会学理论中被最为笼统化地通用"。对阿切尔来说,特显突出的文化整合神话是社会科学中最为根深蒂固的错误。她追溯了这一神话在德国历史主义与浪漫主义传统中的起源,认为两者都把文化想象为一系列文化要素紧密交织的完美整体。这表

现在两个强调时代精神与世界观的德文词汇 Zeitgeist(时代精神)与 Weltanschauung(世界观)中。在赋予文化以整合、产生社会秩序之核心作用的人类学中,这种传统的影响尤为突出。(见阿切尔,1988;舒维德,1984;库珀尔,1988) 这又是一种将文化加以审美化的认知,它可以析为两个要点:第一,文化表现为一种完善的整合整体,在这个整体中,各部分和谐地联系在一起,表现为一种内在的平衡秩序;第二,它假设,在阐释方面,我们需要一种借自艺术直觉的敏锐性,以便把握其内在意义。

功能主义社会学也强调文化的美学整体性。例如索罗金(1957:9)坚持认为,我们能够找到"逻辑而富有意义的整合"(logico-meaningful integration),能够找到将混杂的个体成分联为一体的一致性模式[2],这就是有名的"共同文化"论。帕森斯(1951,1961)使这种观点变为了一种最具影响力的命题。帕森斯强调,一致的核心价值(文化系统)是模式规范要素,它对人们的互动加以调节并保证了一种社会整合。共同价值是产生规范性一致的功能必要条件,它对保证社会秩序来说是至关重要的。当然,这种假设遭致了严厉批评[3]。不过,从马克思主义理论角度对帕森斯所进行的一些批评,其中包含的问题之一是,随着文化被以一种支配性方式使用,共同文化的观念获得了(或者更精确地说,转化为了)一种占支配地位的意识形态的观念。(阿切尔,1988:34) 这是阿伯克隆比等(1980)在他们的著作《占支配

---

② 应该说明,索罗金以最常见的、广泛的矛盾混合形式,发现了一个缺乏经验事实的整体。

③ 见洛克伍德,1964;达伦多夫,1968;古尔德纳,1971;吉登斯,1984;埃利亚斯,1971。所有这些批评的疏漏之处,是都没有注意帕森斯关于文化的概念总是在转变。简言之,由于仅盯着他的《社会系统》(1951)中的观点而忽视他后来把文化当作"符码"(code)的观念,因而这些批评都是不公正的。(见斯密特,1988)

地位的意识形态》中提出来的。他们的基本观点是，社会既未通过共同文化，也未通过支配性意识形态来再生产它们自身。在对封建主义、十九世纪早期资本主义与二十世纪晚期资本主义三种情况的研究中，他们既未找到一种共享的价值系统，也未发现占支配地位的意识形态。

132 从他们的著作中可以发展出两种观点：第一，他们批评了关于社会要比从前阶段更具整合性的发展模式的假定。在封建时代，尽管统治阶级信仰一种占支配性地位的意识形态（基督教），但是，他们的沟通性却很差，这阻碍了中央国家对社会的整合。整个欧洲同时也还存在大量的流动人口。（勒·高夫，1984）因此，在下层阶级民众中还保留了许多基督教以前的巫术与迷信。（B.S.特纳，1990；拉杜里，1981；金斯伯格，1980）"快感英格兰神话"，如同共同体（Gemeinschaft）中原始社会的神话一样，其中的共同文化，在形成共同的社会纽带方面起着关键作用，它成了一切其它事物的基础。（也见拉斯莱特，1965）这样的神话，不仅因误读腾尼斯的《社区与社会》（Gemeinschaft und Gesellschaft）而涌入了社会学理论之中，而且还在相当程度上来源于涂尔干，尤其是帕森斯编辑的涂尔干读物。涂尔干（1964）强调，通过宗教，早期社会中有一种强烈的集体意识（conscience collective），再加上较低水平的社会分化，便产生了一种高度的道德与社会整合。另一方面，现代社会通过复杂的劳动分工而展示了一种高水平的社会分化，因此，道德整合就出了问题，它需要一种不同的社会结构基础。当帕森斯（1937）为描绘现代社会的特征而吸收涂尔干的理论的时候，涂尔干后期著作中占主导地位的道德共意与宗教凝聚力的动力问题，就变得令人费解了。（见阿切尔，1988：35）帕森斯假定，共享价值存在于现代社会之中，而对涂尔干来说，这样一种高度的整合，只是前现代时

期社会的一个重要特征。

第二种观点也可以从涂尔干那里推导出来，并由此而提出道德共意(从时间看的共同性)的维持问题。如果由于高度的劳动分工，在一个复杂分化的社会中共同价值难以维持的话，那么，在产生民族联合共同体之感的情景中，它是否得以恢复呢？在他的后期著作中，涂尔干认为，现代社会中，神圣的东西并没有消失，并且在严格意义上的宗教情境以外，还存在许多东西，如，神圣的符号与仪式被用来激发强烈的情感体验，它们消解了人们之间的社会距离。(见亚历山大，1988；铁雅千，1978) 这样一些场合，由于其被封闭于日常生活之外，因而只是些心理上免强能感觉得到的动力。(U. W. 特纳，1969) 因此希尔斯与扬(1953)合写了一篇关于“民族共同体之意义”的论文，他们把包括工人阶级在内的所有的个人都整合进了社会的道德秩序社会之中。很少有社会学家会同意希尔斯与扬的观点。尽管民间仪式(civic rituals)如“荣军纪念日”，皇室婚礼或葬礼，可以说表征了一个民族的想象的共同体(B. 安德森，1983；科亨 1985；沙内，1979；K. 汤普逊，1986)，但问题是，这到底产生了多大程度的共同性情感？像美国水门事件听证会那样的市民仪式，很少能达到重新肯定其民族传统、完全统一民族目标的目的，因而最好是将其理解为道德家们努力克服社会分裂与排外的过程的一部分(亚历山大，1988)。因而最好是将这些民间仪式当作道德家们企图克服社会分化与排斥的事业的一部分去理解。(盖斯菲尔德，1963；盖斯菲尔德与米歇罗维奇，1984) 与其假定文化整合是实际可达的，倒不如去认真考虑这种神话的权力是如何(或者将会怎样)实现的。简言之，这表明了共同体形成的过程，以及主宰和制造神圣符号的斗争。因此文化生产的专家们(如知识分子、艺术家、学者、文化媒介人)不断地创造和再创造着传统

133

(霍布斯鲍姆与朗格尔,1983),他们建构和解构着共同体的表征,他们是有志于表征那已经发生在过去、并正发生在现在、还可在将来成为我们要努力获致的一种价值的共同文化的人。

共同文化的形成

雷蒙·威廉斯颇具影响的著作《文化与社会》,发表距今已有三十多年了。在这本书中,他考察了与真正的共同文化发展相反的有限的少数英国人的文化观念的历史发展。返观威廉斯对"美好的共同文化"计划之初衷,值得注意的是,尽管他把共同文化观念与参与式民主制(participating democracy)的发展联系在一起,但实际上,在他六十年代以后的作品中,"共同文化"这个词很少出现。在对这本书的回顾性评论中,威廉斯(1979)把共同文化的主题放在时代情景之中,认为那本书是为我们时代之主题而作的,它与关于共同文化的争论关系不大。的确,该书出版十年后,就特利·伊格尔顿(1968)机械性地照搬《文化与社会》中的观点,威廉斯(1979:110)提出了严厉的批评。

威廉斯的实质性目标是要攻击在他看来是分化了的文化,一种"非共同体"(uncommunity)。他认为文化的讨论是重要的,"因为在每个地方(但具体地说,是在英国),文化是人与人之间的主要分工事实——阶级的自我展现"(R.威廉斯,1958:24)。在这里,他强烈地反对把共同文化仅仅看成是只是在有教养或受过教育的精英的干预或指导下才有可能的观点,反对把共同文化仅仅看成是属于所谓的"文人学士"(科雷利基,1837/1974)或少数"局外"人的观点(阿诺德,1869/1932)。威廉斯(1989)在共同文化的倡仪者艾略特与F.R.利维斯那里也发现了相似的精英论。他们两人对从前艺术与共同生活较好地联系

在一起的"有机"社会，都怀有一种怀旧之情。两人都以不同的方式强调，充分发达的意识文化只能是精英的财富，大多数民众不可能有意识地去分享这份少数人的文化财富。在艾略特看来，少数人能最好地获得的东西就是参与到一种提升了的精英文化之中去。对不同的社会阶层来说，共同文化、阐述和有意识地参与其中的能力、共同的语言与宗教，都是各不相同的。任何延展这种意识文化与信仰，使之通过教育扩及到所有人的企图，都只会使文化的意义被冲淡或被摧毁。

根据威廉斯(1958)的观点，"上层阶级平等主义者为普通人所构想的，大多恰恰是普通人所不想要的——尤其是读书识字"。对威廉斯来说，共同文化不应只包括对高雅价值的传播，而且还应包括对常人之日常文化的尊重与接受。他评论道：

> 说起共同文化，首先要说的是，文化就是一个民族的整个生存方式，也包括一些特殊天才的人及有声望名气的人所作出的重要而必不可少的贡献，另一种说法则是以共同的文化要素的观念——它的共同体——为批判工具，认为我们实际上拥有的是分裂的、片断化了的文化。(1989:35)

通过使用"共同体(community)"这个词，威廉斯(1979:114ff)竭力强调，不是要倒回到旧式的社区(Gemeinschaft)去；相反，选择这个词是为了与上层阶级占统治地位的个人主义文化(或者，"非共同体")进行对比。威廉斯(1958:318ff)竭力要定义的共同文化，是想让所有对复杂社会有实质性意义的社会分化都包含进去，同时还能提供一种有机团结的意义，还能够"产生没有社会隔阂的分化"。这样一种方法，实际上也是对涂

尔干的一种怀旧[①]。然而矛盾的是，尽管威廉斯提倡发展共同文化，但他也强调，文化实质上是不能计划的(unplannable)。这样的文化观点，就把文化看成了意识的自然增长。在此意义上，共同文化就总是一个不能计划的过程。并且不管它如何依赖于教育的或参与式民主(对威廉斯来说，这也是社会主义的核心特征)，它也不会提供多少使共同文化得以繁荣的土壤变得更为肥沃的因素。

认为次乌托邦(subtopian)或反乌托邦(dystopian)的大众文化，是一种共同文化的误导所带来的反常结果之观点，也同样受到了威廉斯的批评。由于一些人害怕他们所珍视的价值或高雅文化被粗俗的大众所冲淡和吞噬，威廉斯(1958:287ff; 1976:158ff)用心良苦地阐发了“大众”(the masses)概念。就其突出的涵义来说，“大众”指在是众多的人，它表明普通人的一个最为重要的特征：他们是由如此众多的人组成。这个词还牵连有粗俗者、乌合之众、下层民众(the mob，该词从拉丁词 mobile vulgus 缩写而来)之意，也就是十八世纪尚未稳定的普通人。从后面这

135

个意义上讲，“大众”这个词，就可以用来识别城市工业中的下层群众与工人阶级、易受骗者、老百姓，他们都对文化构成了永久的威胁。经常有人认为技术和媒体交往使社会大众化了，并产生了一个同质性的、无品味的大众文化，它们摧毁了人文主义精英文化的理想，是一种十足的后文化(post-culture)。(斯泰纳，1971)就中、上层阶级而言，由于他们在纯粹的人数上太少，他们之间也最缺乏共识，因此，他们对大众就感到害怕，并经常伴

① 尽管这是事实，但是与涂尔干相比，威廉斯是在一种英语传统中从事写作的。雷朋尼斯(1988:155ff)称其为“隐蔽的社会学”(concealed sociology)，因而缺少理论的系统性，他的论据有时是变化的，散漫的。

随着--种极度的厌恶与反感。然而在日益增长的民主化与社会混杂的条件下，新城市空间的交通系统难以维持社会距离，因而就使中、上层阶级与劳工阶级挨得越来越近了。（乌泰斯，1979）对那些因教育而成为了理想的文明人、有教养者、已经确立了身份地位的精英来说，这样的恐惧之情，尤为强烈。他们害怕掉入外围的粗俗大众之中，或被他们拖下去，或被他们吞噬掉，害怕失去（通过相当大的人格投资他们已赢得了的）对自我的控制，等等。这样，有教养者面对着大众及大众文化对他们确立的界限与品味的威胁，他们就必然从内心深处来诋毁大众的品味，或者说是一种根深蒂固的厌恶之情。

"大众是另一类人。事实上并没有大众；有的只是把人们看成是大众的方法。"（威廉斯，1958：289）从技术上说，威廉斯的这种论断并无错处。不过，有一点还是值得商榷。那就是把大众这个标签贴给他人的能力是不同的。多数情况下，标签是由上向下贴的。已取得优势位置的群体，他们接受了教育与高雅文化价值，对他们来说，外围者就可以被认为是没有差异分化的同类属的"他者"，而相反，那些处于劣势的外围者，其起跑线与前者相去甚远，他们若要把标签贴回去，使前者接受，其能力也极为有限。所以，威廉斯的下述论断更象是一种武断而非事实的陈述：某些群体倾向于把普通人看成是大众，以强调与有教养者的品味相比，普通人的品味低俗、粗鄙。以从容不迫、冷静旁观的态度去发展对生活中的一切美好事物的品味——如绘画、读书、听音乐、饮食——的能力，对情感的控制等，都是终生教育过程的结果，其本身必须被当作更为总体性的长时段文明进程的一部分来理解。在这个进程中，与下层相比，中、上层阶级中的情感控制得到了更为系统的发展。（埃利亚斯，1978b，1982）对受过教育接受了高雅文化品味、有能力控制严格界限差别的人

来说，普通人的品味就经常是过于简单过于容易了，与感官满足和本能欲望也联结得过紧。（布迪厄，1984：32）纯粹的品味，康德(1790/1952)称为超验的、非功利性的纯粹审美鉴赏，是与粗俗的品味相反而定义的。粗俗的品味是表面的、容易的、孩子气的、简单的、肤浅的、廉价的，它很容易被解码，没有任何文化的需求。（布迪厄，1984：486）而纯粹的品味则是对简单享受和满足的拒绝、厌恶。这种厌恶，与对大众的恐惧相关。对厌恶者来说，他们已习得了某种严格的戒律，并因其高难的文化品味而赢得了尊敬。他们的恐惧，是因为面对感官之欲、面对距离感与高贵品质的丧失，他们有失去自我控制的危险。他们的厌恶，是因为他们在动物性本能、身体、肠胃及性方面的享乐减少了。但这些享乐是共同的(因而也是粗俗的)，在那些竭力拒斥它的人与那些成天翻摸滚打于这些快感之中、享受一切可享之物的人中间，它们没有任何实质性区别。（布迪厄，1984：489）因此，布迪厄(1984：490)评论道，“在文化与身体满足(或自然)之间的反命题，根植于有教养的资产阶级与人民大众之间的对立”。

136

有趣的是，布迪厄写于七十年代后期的对法兰西文化的评论，“对品味的‘纯粹’批评所进行的粗俗批评”，与那些研究大众文化的正统观点竟然一致。如果说以威廉斯的方式提出来的共同文化的主题已经死了的话，那么，对阿诺德、奥特伽、D.麦克唐纳或阿多诺对大众文化增长的批评之同情也实际上消失了。所以，对共同文化形成加以理论概括，就存在双重的替代。首先是威廉斯所要求的，少一些精英主义，要敬重一般民众的无文字传统，要认识到劳动者的尊严，要认识到，工会及劳工阶级生活的其它组织是基于参与式民主来形成共同文化的重要的文化机构。第二种替换是要去发现那被人瞧不起的普通民众的文化。这就是要平等地承认那些粗俗的下里巴人文化，承认普通民众

对狂欢传统的大众化满足与僭越,甚至加以发扬广大。这里,没有尊严,没有人文理想,没有培育与提高,没有教养、没有甜蜜或阳光,没有这些问题,有的只是对有差异的"他者"的平等权利("他者"在这里是一个尚未开发的概念)。文化分析中对这种趋势的思索,在大众文化与后现代主义中也非常明显,这样,下面我们就要转入另一个议题了:非共同文化。

大众文化与向后现代主义的转变

狂欢、节日及交易会等受人喜爱的大众传统,困扰着那些试图教育普通人去养成较高品味的人。大众传统欢呼对官方文化的象征性颠覆与逾越,欢呼激情、奔放的感情及由丰腴食物、烈性酒及性的滥交所带来的各种直接的身体满足。(巴赫金,1968;斯达利布拉斯与怀特,1986)当然,"天都塌了下来"一般的狂欢场面,与单调的日常生活常规相比,是一种范围非常有限的心理冲动。不过,如一些评论家所说,它代表了一种传统,现在它对大众文化的重要性,正在日益增长。这种狂欢传统,可以 *137* 追溯到中世纪,其形式已历经了无数种转换。你可以在十九世纪的音乐厅中找到它(贝利,1986a,1986b),也可以在海滨旅游时,从色情名信片、笑料及码头尽处的丑角人物如M.米勒与弗兰克·兰德尔等玩皮的、令人捧腹大笑的幽默中发现它(沃尔文,1978)。现在我们要说,不要对"浑水"(Blackpool)式的普通民众的快感皱眉头,而是要面带微笑地看待大众对自己快感的享受。(梅塞尔,1983;New Formations,1983)在象那塔尔与卡米歇尔的《共同因素/下里巴人》(Common Factor / Vulgar factions)(1977)之类的书中,你还可以发现,这种传统也融入了无品味的劳工大众文化那杂乱无章的粗鄙的描述中。

当然，说在中产阶级的生活中就找不到这样的文化也是错误的。狂欢的成分也渗入了文学之中。十八世纪晚期以来，这样的情况很明显。反叛古典主义的浪漫主义运动，在老百姓的民俗与原始文化中，发现了丰富多样、形式独特的题材。（伯克，1978）因此，通过诸如华兹华斯、卢梭与赫尔德之类的作家，下层文化中的象征主义传统被引介到了文学之中，下层文化的迷人之处也相应保留了下来。在十九世纪三十年代以后的巴黎及其它相继出现的大城市中，陆续发展起来的艺术与文学豪放派和先锋派，对狂欢传统的吸收，形成了新的潮流。（塞格尔，1986）实际上，那些试图创造并运用作为文明进程之一部分的高雅文化来培养人们品味的人，如阿诺德，他们所极力排斥的那部分狂欢传统，仍然一直是使中产阶级陶醉迷恋的。因此，狂欢的森林、交易会、剧院、贫民窟及野性，吸引着中产阶级，他们也在小说、电影及其它媒体中不断地表现它们、复制它们。

在西方现代性文化的形成过程中，这种传统也代表了某些少数重要的人的传统，在全球普遍主义与文明化的伪装中，这也是直接而至关重要的。七十年代以来，对大众文化的兴趣高涨，也在其中扮演着突出的角色。这不仅体现在我们前面提到的相对主义的平等精神之中，而且还表现在打破长期建立的符号等级的欲望之中。这样的符号等级属于高雅文化的教育，它的基础是那些排斥大众文化的伟大经典文学作品之准则，因此，关心大众文化的人必须打破这样的等级秩序。迪马吉奥(1982)对十九世纪波士顿的研究，就是一个很好例子。他指出，在十九世纪早期的交响乐(我们现在称之为古典音乐)，就与流行歌曲、畸型动物展览同台演出，音乐厅也轮回地上演这些剧目。只是到了十九世纪七十年代，一些中产阶级的文人学士才设法使之分流，他们希望在这里只是单独地保留某些高雅文化的东西。劳伦

斯·莱文在他最近的《高雅文化/低俗文化：美国文化等级的出现》一书中，用一段个人轶事加强了相似的证据。在看完几部巴思特·克顿的电影后，莱文与一位同事聊天说："是的，克顿是一个伟大的艺术家"，这位同事显出满腹狐疑，过了一会儿，他加用一个非常熟悉的形容词纠正说："一个伟大的通俗艺术家"（莱文，1989：1）。另外一个例子是在克莱格·麦克格里格的《流行进入文化》（Pop Goes the Culture）一书色调鲜明炫丽、字体多变、夺人耳目的封底的一段话： 138

> 《流行进入文化》一书涉及的范围包括爵士乐、摇滚乐、澳洲、郊区生活及平等。它的中心主题是通俗文化的产生。对克莱格·麦克格里格来说，文化不是什么由远洋运输公司包装好卖给"大众（the masses）"的东西。相反，文化是由劳动人民在他们的日常生活体验中形成的。《流行进入了文化》中的论文，有违彬彬有礼的"高雅"文化之范式。"新派记者"克莱格·麦克格里格有着激进的通俗主义的主题：哈雷姆（Harlem）与新奥尔良的爵士乐，澳大利亚城郊的"恐怖之乡"，巴利·汉弗利⑤的幽默。他的努力是净化我们分崩离析的文化基础的一剂解毒良药。（1984）

能表明在学术界内外通俗文化的观众日益增加的另一个例子是"美国通俗文化协会"。一九八八年该协会在新澳尔良召开了第十八次年会，参加者达八千多人。罗纳德·里根，一个生活在通俗文化之外的人，因此而抱怨一些国有媒体浪费了国家的

---

⑤ 汉弗利的英文 Humphries，是一美国俚语，意为性交、交媾，这里是一种谐音、幽默的用法。——译注

财政，想把它们清理出来。在一本多达二百五十多页的项目报告书中，他们集中了多篇论文来谈论："强劲犯罪小说"、"大学蓝球"、"文学与诗歌中的疯狂"、"编发术：一个物质文化的例子"、"书写电视历史"、"作者的民间故事"、"大机关中的妇女"、"作为社会趋势指标的墓碑"、"法裔路易斯安那的烹饪"、"安德鲁·韦伯与后现代主义"、"多深才能算是深层生态学"、"罗杰斯与哈默斯坦的性"；在心理学与文化这部分有两篇论文："弗洛伊德与尼采：死亡、欲望与文化起源的神话"及"心中的荣格、辛那特及其一九三九至一九五四的音乐"。这些标题既语义双关，又易记忆。难以确定的是这些主题范围的迅速变化：几乎所有东西都可囊括在通俗文化之下，并与所有的理论框架相关。从事这部报告编著的人来自各类机构与部门，如历史、文化研究、政治学、文学、英语、社会学、通俗文化、现代语言、商业、经济、地理学、人类学，等等。事实上，包括所有的人文科学和社会科学的教学与研究机构。所以，除了不能把握这些主题迅速变化的范围以外，我们也难以搞清它对高等教育结构之转变的影响。这样类似的情况，在英国、欧洲及其它国家，也同样发生过。

关于这种情况，很值得引用一下米歇尔·舒德逊申明艺术作品的《通俗文化的新规定》(1987)中的论断："现在，新的通俗文化研究，对现代大学提出了严肃的挑战"。从这个论断可以推断出许多观点来。第一，对通俗文化的研究已经从高等教育中被排斥出去了；或者，只是在历史课程中占很不起眼的位置。同样的方式也可以在英国得到最好的说明：通俗文化只是业余爱好者的兴趣，并不值得真正地去做系统性的研究，当然也不能用来发展人们的心智。由此可见它提出了在人文科学与社会科学中建构高等教育的原则问题。它使不明确的等级被明确地述说了出来。它对已接受的传统和原则提出了质疑。

第二,从多样性与失序的角度看,这一论断表征了对有序整体和系统性的攻击。举两个扩大符号等级之消解的例子来说:对辛那特歌曲与哥特式墓碑的研究,与对法国大革命或托尔斯泰的研究相比,同样举足轻重。这使我们想起第二个例子来,伊丽莎白·威尔逊(1985)在一篇论文中认为,编织是一种生动的艺术形式,排斥它就是对妇女的歧视,而且,在严肃的艺术课程与展览中,它也应有自己的位置。

第三,这种平等和民主的精神,不仅意味着教育家们要消解他们的事业中心,去认识更广泛的地域多样性和地方性的文化与实践,而且,通过对多样性内容的讲授,通过利用不同媒体的复式教育形式,这也是可能达到的。

第四,从这种角度看,由于全球性多样化趋势,根据共享价值的共同文化、或者作为规划的共同文化,就是可能的了。甚至重新发现或重新复活传统、地方与区域性变异(那已经被压抑的含混不清的不同方言),那些作为共同语言的共同文化定义,也只能在最深层的文明层次上获得。

第五,由于公认的文化等级或历史发展的观念,根据内容(有时是表现形式)来研究大众文化,就会受到它的"趣味性"、"当下性"或"迷惑性"等特性的影响,并且会有一种类似于观看电视那样的体验。学术成了奇异与平庸的解释者。有了"什么都无所谓"的态度,相对主义就成了一种口号,这与美国人类学带头人,克利弗德·格尔兹(1983:275)所说一样,人类学家应该把自己想象成"寻找惊诧的商人"(见弗雷德曼,1987:43)。这又回到了安德列·马尔罗关于"没有围墙的博物馆"的想像,所有过去的风格、传统与文化形式都可以同时展现出来。(罗伯茨,1988)但这不是放在一个发展的序列中,相反,组织展览的原则是(蒙太奇式的)组合与调和拼凑,各种迥然相异的展览要素,都

以最大的可能并置排列在一起。(参见班恩,1984)

这就进入了我们所熟悉的后现代主义领域。"后现代主义"及其与之相关的"后现代化"等词,其使用范围经常混淆,这里包含的意思有:在艺术与建筑中存在着一种超越现代主义的运动;一个新的时代;一种消解了艺术与日常生活界限的新的文化感受范围;一种反基础论的理论模式。这其中最后一个方面,在利奥塔(1984)颇有影响的《后现代状况》一书中得到了发展。利奥塔认为,西方现代性的主要的基础性理论,或者以他的术语来说就是元叙事(科学、人文主义、社会主义与马克思主义)都有着实质性的缺陷,因为它们都不能为自己的权威之普遍性奠下根基。相反,在利奥塔看来,我们应该接受这样一种事实,即知识具有相对性和局限性。事实上,我们应该放低对知识的标准,应该容忍局部性多样性的知识。

这些涵义的转变,突出地以知识分子角色的转变为标志。根据利奥塔(1988)的观点,当代知识分子应该在更为有限的意义上定义他们的职业,降低为人类代言的愿望;应该认识到他们的每一种申言都是有局限性的。因此,后现代主义的核心特征,就是与知识分子角色功能的变化相关。事实上,他们失去了为社会与人类当作未来的、潜在的立法者的确定角色,而代之以更为严格的解释者,为更为广泛的观众生产有趣的、异域风情的题材,他们能够劫掠于巨大的文化传统之阵容中(鲍曼,1988)。他们的角色变了,由原来受人信赖的教育者,一个由对自己的品味鉴赏判断力充满自信,对为理想模式社会作贡献充满自信的人,变为了注释者和评论者。他们要去表现和破译琐碎入微的文化客体与传统,而毋需对它们作出判断,评定等级序列。的确,知识分子的目标已不再为客观实在(它是可以确切地阐释的,人们也渴望确切地去阐释它,如狄尔泰的释义学)所引导,而是更为

着迷地投入到他们所追求的文化体验之中去。简言之,一些知识分子也许正力图"返璞归真"。

后现代主义所指出的西方现代性与现代化规划中自信心的丧失,不仅发生在西方知识分子中间,而且也发生在新兴的工业化国家和第三世界国家中。在这些国家中,我们也能详尽地说明后现代主义与大众通俗文化之间的联系,因为很清楚,后现代主义欢呼通俗文化的多面性、迷幻与非等级性的无序状态。为讨论巴西知识分子的处境,奥瑟尔(1984:249)写道:

> 从五十年代到现在,知识分子的的转变,可以被粗略地概括为:从否定通俗文化到肯定通俗文化。知识分子曾经认为,穷人在宗教与娱乐中的实践活动,与知识分子所追求的国家前途正好相反。神学家看到的是教义、偏离以及异教。自由政治家看到的是毫无逻辑与毫无理性。马克思主义者看到的是异化与虚假意识 社会科学家看到的是单因论与归因论[⑨]。所有四种人,看到的都是迷信。

现在巴西知识分子看到了贫困文化中的自主性、共同性与真实性,它们的价值不应为错误地发现的(西方)现代性的普遍主义所牺牲。这种对普通人的欣赏,过去被看作粗鄙、原始、迷信与失序的文化,与我们从中找寻知识分子文化的世界理性秩序立场,是一个鲜明的对比。柯林斯(1988a:152)运用韦伯的观点,认为宗教知识分子与其他符号专家一样,受知识连续性动力

---

⑨ 单因论(particularism)是指只是单一地寻找穷人的宗教与娱乐实践的原因。归因论(ascriptiveness)指把穷人的宗教与娱乐实践归结到某些政治、历史或社会的或迷信传统等原因上。——译注

的驱使，力求达到信仰与行动系统中的逻辑与理性的一致。实际上，他们的兴趣是要向听众表明，世界是同一的，是理性秩序的或者是可以达到理性秩序的。在社会科学与文化研究中，共同文化的观念之突出，都可以从这个方式来理解。

为什么要抛弃这个现代性的理性秩序规划，为什么非共同文化的非连续性、多样性受到欢迎，这是一个更为宽泛的问题，也是很难回答的。首先我们要谨防把后现代主义当作一个整体而单一的理论观点。十八世纪后期对普通人文化也有过相似的评价，那就是赫尔德及其它人在我们所熟知的浪漫主义运动中的努力。（伯克，1978）也许根据阶层之间、阶层内部成员之间的权力平衡与相互依赖关系的变迁，可以去理解、发现、识别大众文化的这种转变。特别是，大量有教养的中产阶级成员以别具风格的"同代人"（在他们的自我意识里，他们把自己看成是"同一代人"）的出现，威胁着现存文化基础。面对着垄断情势的外围者，知识以稳定的符号等级和经典原则的形式呈现在他们面前，通过稳定机构的支持与赞助，被传播到初学者那里，这样，外围者也许不得不采取一种僭越的策略。可以说，强烈竞争阶段，是向更为稳定而有序的排斥与垄断阶段的一种过渡。（见墨菲，1989）现在，每一种理由都让我们相信，目前的消解文化分类阶段正是这样一种阶段，更为稳定的符号等级与共通原则的阶段将会到来。不过，还应该提醒，从多方面来看，目前这个消解文化分类的阶段可能还会持续很长的时间。

首先，在那些从事文化生产的人中间，存在一种消解文化分类的传统。尽管西方现代性文化中，这个传统也许不太强或者说是次要的，但是，在浪漫主义、艺术豪放派、先锋派、现代主义，以及强调反叛、大众并追求新颖和创新的后现代主义中，却存在一个非常引人注目的反文化传统。在文化产品与消费的主流

中,这个反文化传统总是不时地(例如,在本世纪六十年代)表现出重要性。

第二,就主导者不太可能独断文化与文明行为之定义而言,功能性民主化的长时段过程意味着,主导者与力量稍弱的群体之间的权力平衡变得紧张起来了。伴随着大众传媒中文化媒介人的人数增加,战后年代高等教育扩及到外围者,从而使主导者获取垄断权变得更为困难了。事实上,民族主义是一种向心化的趋势,它伴随国家的形成而产生。为建立一种民族性的、统一的整合文化,它曾力图消解差异。但是,现在,民族主义已经让位于消解中心,让位于西方世界中局部性、区域性及亚文化的差异性了。这一过程伴随着大量的外围文化媒介人的出现。大众媒体,为了那些正在扩大的、对全部范围内的文化事物感兴趣的观众,正在扩张自己,并受这些媒介人的操纵。那些深受喜爱的大众文化、非共同文化,由此传播到了观众之中。

143

第三,如果我们在全球层次上来考虑民族—国家与权力集团之间的关系,可以认为,权力已经从西方转向了其它国家和地区。如上面提到的,在人类学中,这一转变过程的许多方面都得以体现:"他者"(the'other')回敬着和争议着人类学家的解释权威,第三世界国家的知识分子拒绝认可西方的现代性与现代化,并赞成对他们自己的大众文化与传统的恢复。这种情况表明,通过相对权力力量的转变,西方世界注意到了其它国家中可以抗衡的文化识别的解释框架,他们能够拒绝西方国家贴在他们背上的种种过于简单的文化标签,诸如"野性"、"野蛮"、"天真"、"落后"、"异域"、"有色人种"、"简单"等等。赛义德(1978)注意到,在这个过程中,西方也转化为了一种"他者",一种在他们构建东方为异域时,他们自己所压抑的"他者"。

结论

所以应该很清楚，如果不去问一问“谁在谈论它?”这样的问题，我们就不能理解共同文化这样的观念。这使我们注意到了文化专家们在阐释共同文化理念时的重要作用。社会学家和人类学家力图说服我们说，在社会世界“之中”存在着一种统整性共同文化，而文学理论家与批评家则承诺去创建一种“真正的”、整合的共同文化。近些年的情况是，出现了与两者都不相同的转变。对平民百姓与大众——非共同文化——的发现，与知识产品的性质的变化及知识分子与其它群体关系的变迁联系在一起。最后，我们要提及的是，共同文化的一个定义是一种共同语言。尽管大众文化的倡仪者也许表明了广泛的地域性的、地方性的、亚文化的语言，以及本国语言的形式，这也是共同语言的追随者不得不对它的阐释与编码活动加以压制的理由，但是，语言的观念涉及到的是较深层的文化。在某一时点上，对各种具体语言来说，修辞、比喻及反复的形式，也许都是共同的(班恩，1984)，它是我们社会生活中固有的特殊秩序意义或模糊性的重要基础。(莱文，1985)很显然，这些深层编码规范特征，为各种语言形式及复杂的文明提供了基础。这里，我们所指的共同文化，就不仅是内容层面上的一系列整合的信仰与价值，而更是形式层面上的一系列可以认知的原生性深层规范之变化的可能性。这样，我们就以涂尔干关于契约的非契约要素(non-contractual elements of contract)、被视为当然的共同文化道德的假设，来结束本章。在这种意义上讲，秩序是冲突的基础，比如罢工中的双方尽管经常发生激烈的冲突，但也得根据一系列虽不甚明确但却是基本的共同规则(如从不公开表明相互间的一致)

来进行。这也许就是对共同文化意义的原生性规范阐述。在这里,共同性必然有能力去认识差异的合法性与有效性,从艾略特与威廉斯以降直到当代通俗文化的学生们,它形成了一连串共同文化概念的结点。

144 第十章　总结性评论:多样性的全球化进程

每个人所看到的都是他自己心中之物。

马克斯·韦伯,1949:107

现在,我们生活在文明的废墟之中,但废墟中的多数遗物都在我们心中。

约翰·卢卡奇,《现时代的消失》,

引自克雷默,1982:36

对后现代的关注,引发出的一些主要问题是:"为什么是这样一个问题?""后现代主义是怎样、为什么成为今天文化生活的核心主题的?"如果从现代主义的观点来看,后现代主义是一种文化失序的标志与征兆,那么从后现代主义看,现代主义,随着它本身以及与之相关的现代性一词的流行开来,就是突出秩序、统一、一致性的终始不变的影像。两个词都彼此相互厌恶,并且似乎经常受二元对立的逻辑的推演,加剧了概念化过程与社会文化实在本身之间的差距。我们已经讨论过,许多后现代主义的特征,在现代社会中都能找到,实际上,在前现代也是如此。日常生活的审美呈现、不断变化的影像文化及有控制的或戏谑的情感宣泄,都已经作为其例证在前面讨论过。我说这些话,就是想问,究竟在多大程度上,它们可以贴上"后现代"的标签?而

为什么只是到现在我们才注意到它们的重要性？在我们理解这一社会过程时，多大程度上导致了一种独特的概念框架，从而为具体的文化专家们在具体的制度性实践中所采用、并为独特的观众与公众所大量繁衍并予接受呢？

有人认为，后现代主义是一种社会建构，或者说它表征了：一种缜密谋划过的、有意识的权力，移入到了中产阶级的文化专家、文化媒介人与企业家的声望经济之中。研究后现代主义，不是要陷入这样的平庸之论。这样的解释有很大的危险，因为它把后现代主义降低为一种行动策略，同时也失去了它为特殊的文化专家（艺术家、知识分子与学者）及其广大观众提供导向工具的作用。说后现代主义是一种导向工具，是因为它在形成和解构文化时、在提高有鲜明个性的艺术与知识生活之秩序时，具有重要地位。这些生活秩序，长期维持着一些对大众狂欢、野性、野蛮和不驯服发生迷恋的潜流与亚文化，而这也是在社会与个体两个层次上，为秩序建立所驱动的文明进程力图排斥或包容的东西。与后现代主义相关的民主的大众冲动，对“他者”的迷恋神往、对大众快感的容忍、对紧张、分裂的情感体验，都可以在这种传统中得以发现。相应地，“社会的终结”、“规范的终结”、“知识分子的终结”、“先锋主义者的终结”以及“太平盛世之终结、解构”的悲怆哀鸣，也都与后现代主义相关。它们也许不是表明对所有旧框架的抛弃，相反，是一种更具相对性的分类模式的发展。新框架需要更富弹性的原生性结构，需要认可、容忍广泛的差异。这里没有任何从前的那种排挤、压制，没有情感压抑的窘迫，也没有自我威胁的际遇。

145

文化专家、媒介人及观众们那可塑性更强的习性的发展，可以与《共同文化抑或非共同文化？》一章所讨论的共同文化问题联系起来。这样，涂尔干契约的非契约性基础的观念，充满罢

工、工业纠纷的文化共意基础，就是一种理所当然的观念、一种允许差异存在的灵活性原生结构，因而就可作为共同文化的模式。涂尔干还运用这个理论框架来讨论人性宗教。在涂尔干看来，随着社会变得更复杂，个体在共同体中能获得的唯一的东西，就只是他们的人性了。(卢克斯，1973:338ff)事实上，"人性人"(human person)的观念，变成了一个强有力的象征，它是现代世界中很少有的具有普遍感召力的神圣事务。对多样性整体，或允许差异的整体的概念化，作为变迁的一部分，在今天更易为人所接受了。它导致了(或者关联到)削弱民族—国家文化整合基础的后现代主义。与此同时，作为这一过程的一个重要组成部分，不同国家已联合成了更大的统一体，全球性经济与文化之流也在发生着转换。两者都表明了较大的、必然更为抽象的多样性统一的整体。前者的例子是，当前欧洲共同体所倡仪的建立一个统一的欧洲形象，它允许文化的变易与多样性的统一。(见谢勒辛格尔，1987) 不过，抽象地谈论共同的欧洲文化是很有问题的，反倒是去具体地观察其特定的序列与实践，才更有益处。这样，注意到当前努力创建欧洲"共同体形象"，创生差异纷呈的欧洲统一符号以区别于他者，从不同的文化冲突区域中富集营养，等等，将富于启发性意义。更大程度上的欧洲化电视服务，在美国的威摄下，已聚变成了一个如此雄浑的召唤。(谢勒辛格尔，1987) 要知道你是谁，你必须知道你不是谁：允许他者作为威胁而不是吸引与好奇来构建外部存在的潜在冲突，并提高发现自己身份特征的能力。

146

如果存在一种共同的"族群"(ethine)，那么，文化专家们维持共同文化界限的任务，建构"共同体形象"(B. 安德森，1983)，就变得更为容易了。族群的观念，与一系列象征、神话、纪念、英雄、历史事件、景观与传统等，都交织在一起，并溶入了大众意识

之中，构成了共同文化的基础。（斯密斯，1990）但是，在十八世纪欧洲国家的形成过程中，反而是知识分子动员起了各个不同的民族，帮助建立起了国家文化。而相平行的过程，欧洲极权主义国家与极权主义文化，毋须说，是更有问题的。现代主义（在现代性意义上讲）的修辞学危险是，它假定所有的文化都是可以重建的，在资本主义或国家形成过程的推动下，"一切坚固皆化为烟云"。当二十世纪接近尾声的时候，我们发现族群之作用的反弹比许多理论家和政治家的想象要大得多。如果我们把参考框架由极权国家换成超国家的、或全球的，一个"最高水平"的统一的时候，我们就可以来讨论这许多问题：不仅是在共同文化及多样性统一主题这些方面，而且还在阐明我们得以开始的后现代主义之兴起方面，点燃起洞察秋毫之火炬。

我已经针对那些认为全球化就是文化整合和同质化发展的观点（例如多国资本主义、美国化、媒体帝国主义的观念以及认为由于普遍性力量而消灭了所有地方性差异的消费文化）提出了我完全反对的意见。然而，如果我们接受这样的观点，即认为民族与大众传统总是被误读和模糊混淆，总是拒绝这样一些普遍性力量，那么，这是否意味着我们应该连"全球文化"这样的概念也一起抛弃呢？不断增长的国际间货币、商品、人民、影像及信息之流，已经产生了"第三种文化"，它是超国界的，它调和着不同国家之间的文化；全球性金融市场、国际法、各式各样的国际代理或机构，就是例子。（吉斯纳与谢德，1990）它们表明一种超越国家间的水平。更进一步的全球文化之意是：全球性的挤压过程使得世界彼此联成一体，成了一个地方。（罗伯逊，1990）全球化过程就这样，使得世界成了巨大的单一地方，它产生和维持世界的各种形象，以象征世界是什么，或者应该是什么。从这种观点看，全球文化不是表明同质性或共同文化，而是 147

相反,它越来越多地表明,我们共享着一个很小的星球,每天都与他人保持着广泛的文化接触,这样,把我们带入不同世界定义之间的冲突的范围也扩大了。彼此竞争的国家文化汇合到一起,展开有全球文化影响的竞争,这是全球文化的一种可能性。

另一种可能性与后现代主义相关。有人认为,国家形成后,它的一个核心目标就是创造一种共同文化,使地方性差异同质化,并且将国界内的外国人加以同化。(鲍曼,1990)国家引导的文化运动以及民族主义的认同规划,是现代性的核心,而对它们的抛弃,是走向后现代性运动的一种征兆。当我们进入一个民族与文化界限更易交叉、更易重构的时代的时候,它提供了更大的宽容性机会的前景。这第二种可能性表明,后现代主义提供了经由多样性而统一的前景,它将实现世俗的大一统,即基于与涂尔干的人性理论相关的大一统(ecumene)。应该补充的是,在没有世界国家出现的情况下,我们唯一可以想象全球文化的同一性与正在产生的统一形象的途径,是一些泛全球性威胁。要寻找这样的文化可能性,只能求助于科幻小说。

无论两种历史可能性中(或还有其它可能性)的哪一种将变为现实,都可以说,以其中任何一种为发展方向、或者在两者之间摇摆不定的运动,都只会有助于给出一种文化的一般轮廓,有助于提出一系列文化问题。跨文化的风云际会,使沉淀在社会生活中那自然而然的日常文化习性与秉性都成了问题。全球水平上的后现代主义,不仅表示在异域他乡复活了一种新的浪漫主义,而且事实上,对那些曾经假定的世界性普遍文化中心,他者都给予了回敬与争执。现在看来,它们只不过是有限的西方现代性规划的中心。只是到此时,感触于日本的兴起,我们才想起,非西方文明集团以他们自己的全球文化规划,取得了决定世界性分类图式与符号等级的潜在优势。因此,后现代主义必然

将会使我们的文化重新归入这个新的分类图式与符号等级之中。这表明，在最后的分析中，如果我们要对文化多样性的全球化问题、后现代主义加以概念化的话，那么，审慎思考那些存在于民族—国家与文明集团之间、并在即将出现的全球秩序中将它们紧密联系在一起的那些变动的权力平衡与相互依赖关系，将是至关重要的。

参考书目

阿伯克隆比、赫尔、特纳(Abercrombie, N., Hill, S. and Turner, B.S), 1980:《占支配地位的意识形态论》(The Dominant Ideology Thesis), London: Allen & Unwin.

阿伯拉姆斯、麦可卡罗奇(Abrams, P. and McCulloch, A.), 1975:《公社、社会学与社会》(Communes, Sociology and Society), Cambridge: Cambridge University Press.

阿多诺(Adorno, T), 1967:《凡伯伦对文化的攻击》(Veblen's Attack on Culture), Prisms, S. and S. Weber 译, London: Spearman.

阿拉克(Arac, J), 1986:《后现代主义与政治》(Postmodernism and Politics), Minneapolis: Minnesota University Press.

阿诺德(Arnold, M), 1869/1932:《文化与无政府》(Culture and Anarchy), Cambridge: Cambridge University Press.

阿帕杜莱(Appadurai, A.), 1986:《事物的社会生活·导论》('Introduction' in The Social Life of Things), A. Appadurai 主编, Cambridge: Cambridge University Press.

阿切尔(Archer, M.S.), 1988:《文化与主体》(Culture and Agency), Cambridge: Cambridge University Press.

埃利亚斯(Elias, N.), 1971:《知识社会学:新视角(第一部分)》('Sociology of Knowledge: New Perspectives, Part I'), 见 Sociology, 1971:5.

埃利亚斯(Elias, N.), 1972:《科学的理论与科学的历史》('Theory of Science and History of Science'), 见 Economy and Society, 1972:1(2).

埃利亚斯(Elias, N.), 1978a:《社会学是什么?》(What is Sociology?), London: Hutchinson.

埃利亚斯(Elias, N.), 1978b:《文明的进程·卷一》(The Civilizing Process, Volume I: The History of Manners), Oxford: Basil Blackwell.

埃利亚斯(Elias, N.), 1982:《文明的进程·卷二》(The Civilizing Process, Volume II: State Formation and Civilization), Oxford: Basil Blackwell.

埃利亚斯(Elias, N.), 1983:《宫廷社会》(The Court Society), Oxford: Basil Blackwell.

埃利亚斯(Elias, N.), 1984a:《社会学的社会发生论》('On the Sociogenesis of Sociology'), 见 Sociologisch Tijdschrift, 1984:11(1).

埃利亚斯(Elias, N.),1984b:《知识与权力:彼特·卢德斯访埃利亚斯》('Knowledge and Power: An interview by Peter Ludes'),见 N. Stehr & V. Meja 主编 Society and Knowledge, New Burnswick: Transaction Books.

埃利亚斯(Elias, N.),1987a:《性别之间权力平衡的变迁》('The Changing Balance of Power Between the Sexes'),见 Theory, Culture & Society, 1987:4(2-3).

埃利亚斯(Elias, N.),1987b:《逃向现实的社会学家》('The Retreat of Sociologists into the Present'), Theory, Culture & Society, 1987:4(2-3).

埃利亚斯(Elias, N.),1987c:《卷入与离出》(Involvement and Detachment), Oxford: Basil Blackwell.

埃利亚斯(Elias, N.),1987d:《论人类的存在与情感》('On Human Beings and their Emotions'), Theory, Culture & Society, 1987:4(2-3)

埃利亚斯、斯科逊(Elias, N., Scotson, J.),1965:《主导者与外围者》(The Established and the Outsiders), London: Cass.

埃文(Ewen, S.),1976:《意识的主宰:打广告与消费文化的社会根源》(Captains of Consciousness Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture), New York: McGraw-Hill.

埃文(Ewen, S.),1988:《消费影像》(All Consuming Images), New Youk: Basic Books.

埃文与埃文(Ewen, S., Ewen, E.),1982:《欲望的通道》(Channels of Desire), New York: McGraw-Hill.

艾略特(Eliot, T. S.),1948:《关于文化定义的笔记》(Notes towards the Definition of Culture), London: Faber.

艾伦(Allen, J. S.),1983:《商业与文化的罗曼史》(The Romance of Commerce and Culture), Chicago: Chicago University Press.

爱尔维特(Elwert, G.),1984:《市场、唯利是图与道义经济》('Markets, Venality and Moral Economy'), mimeo; Conference on Civilizations and Theories of Civilizing Processes: Comparative Perspective, University of Bielefeld.

安德(Andre, P),1984:《后现代摄影政治学》(The Politics of Postmodern Photography),见 Minnesota Review, 1984:23.

安德森(Anderson, B.),1983:《想像的社区》(Imagined Communities), London: New Left Books.

安德森(Anderson, P.),1987:《走下坡路的人》("The Figures of Descent"),见 New Left Review, 1987:161.

奥尔森(Olsen,D.),1986:《作为一件艺术品的城市》(The City as a Work of Art),New Haven:Yale University Press.

奥尼尔(O'Neill,J.),1988:《宗教与后现代主义:贝尔与詹明信的涂尔干情结》('Religion and Postmodernism:The Durkheimian Bond in Bell and Jameson'),见 Theory,Culture & Society,1988:5(2-3).

奥瑟尔(Osiel,M.J.),1984:《步入通俗文化和巴西知识分子》('Going to the Popular Culture and the Intellectuals in Brazil'),见 European Journal of Sociology,1984:25.

奥什切德(Hochschild, A.)1983:《被管住的心》(The Managed Heart), Berkeley:California University Press.

巴伯勒特(Barbalet,J.),1986:《阶级理论的局限和地位的消失:新中产阶级的问题》('Limitations of Class Theory and the Disappearance of Status: The Problem of the New Middle Class'),见 Sociology,1986:20(4).

巴赫金(Bakhtin,M.M),1968:《拉伯雷与他的世界》(Rabelais and His World), Cambridge,Mass.:MIT Press.

巴塔耶(Bataille,G),1988:《可恶的股票》第一卷(The Accursed Share, Volume 1),New York: Zone Books.

班恩(Bann, S),1984:《克里澳的服装:十九世纪英国与法兰西表征史研究》(The Clothing of Clio: A Study of Representations of History in Nineteenth Century Britain and France),Cambridge: Cambridge University Press.

鲍德里亚(Baudrillard, J.),1970:《混沌的社会》(La Société de consommation),Paris: Gallimard.

鲍德里亚(Baudrillard,J),1975:《生产之镜》(The Mirror of Production), St Louis: Telos Press.

鲍德里亚(Baudrillard, J.),1981:《记号的政治经济学批判》(For a Critique of the Political Economy of the sign.),St Louis:Telos Press.

鲍德里亚(Baudrillard, J.),1982:《丽城效应》('The Beaubourg Effect: Implosion and Deterrence'),见 October ,1982:20.

鲍德里亚(Baudrillard, J),1983a:《仿真》(Simulations),New York: Semiotext(e).

鲍德里亚(Baudrillard, J),1983b:《在沉默的大多数的阴影下》(In the Shadow of the Silent Majorities),New York:Semiotext(e).

鲍曼(Bauman, Z),1985:《论文明的起源》('On the Origins of Civilization'), 见 Theory,Culture & Society,1985:2(3).

鲍曼(Bauman,Z),1988:《确有后现代的社会学吗?》('Is there a postmodern Sociology?'),见 Theory, Culture & Society,1988:5(2-3).

鲍曼(Bauman, Z),1990:《现代性及其矛盾》('Modernity and Ambivalence') 见 Theory, Culture & Society,7(2-3).

贝尔(Bell,D),1976:《资本主义的文化矛盾》(The Cultural Contradictions of Capitalism),London: Heinemann.

贝尔(Bell, D),1980:《超越现代主义,超越自我》('Beyond Modernism, Beyond Self'),见 *Sociological Journeys*,*London: Heinemann*.

贝克福德(Beckford,J),1985:《宗教社会学的隔绝与孤立》('The Insulation and Isolation of the Sociology of Religion'),Sociological Analysis, 1985:46(4).

贝拉、麦德森、沙利文、斯维尔德、梯普顿(Bellah, R. Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler,A. and Tipton,S),1985:《心灵的习惯》(Habits of the Heart),Berkeley: University of California Press.

贝利(Bailey,P.),1978:《维多利亚时期英国的消闲与阶级》(Leisure and Class in Victorian Englanc),London: Routledge & Kegan Paul.

贝利(Bailey, P.),1986a:《音乐厅:欢娱的行业》(Music Hall: The Business of Pleasure),Milton Keynes: Open University Press.

贝利(Bailey, P),1986b:《查理香槟》('Champagne Charlie'),见布拉顿(J. S. Bratton)主编: Music Hall: Performance and Style, Milton Keynes: Open University Press.

拜雷 (Bayley, S.),1979:《状态良好》(In Good Shape),London.

本迪克斯(Bendix,R),1959:《马克斯·韦伯:一个知识分子的肖像》(Max Weber: An Intellectual Portrait),London: Methuen.

本迪克斯(Bendix,R),1970:《文化、社会结构与变迁》,('Culture, Social Structure and Change),见 Embattled Reason: Essays on Social Knowledge, New York:Oxford University Press.

本内特(Bennett,T),1988:《展览性复合体》('The Exhibitionary Complex'), 见 New Formations,4.

本内特、布什(Burnett,J.and Bush,A.),1986:《雅皮士肖像》('Profiling the Yupie'), Journal of Advertising Research,1986:April.

本内特、马丁、梅塞尔、乌拉科特(Bennett,T.,Martin,G.,Mercer,C.and Woollacott, T.)主编,1981:《文化、意识形态与社会过程》(Culture, Ideology and Social Pro-

cess), London: Batsford.

本内特等(Bennett, T. et al), 1977:《文化研究》卷一(The Study of Culture I), Milton Keynes: Open University Press.

本内特等(Bennett, T. et al.), 1983:《快感的形式》(Formations of Pleasure), London: Routledge & Kegan Paul.

本雅明(Benjamin, W), 1973:《查尔斯·波德莱尔:发达资本主义时期的抒情诗人》(Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism), London: New Left Books.

本雅明(Benjamin, W), 1979:《柏林编年史》('Berlin Chronicle'), 见 One Way Street and Other Writings, London: New Left Books.

本雅明(Benjamin, W), 1982a:《论波德莱尔的主题》('On Some Motifs in Baudelaire'), 见 Illuminations, London: Cape.

本雅明(Benjamin, W), 1982b:《单向街》(两卷本)(Das Passagen-Werk, 2 Vols.), R. Tiedermann Frankfurt, Suhrkamp.

比克-默斯(Buck-Morss, S.), 1983:《本雅明的单向街》('Benjamin's Passagen-Werk'), 见 New German Critique, 1983: 29.

比克-默斯(Buck-Morss, S.), 1986:《浪荡子、广告人与卖淫:闲荡的政治学》('The Flaneur, the Sandwichman and the Whore: The Politics of Loitering'), 见 New German Critique, 1986: 39.

比里斯(Burris, V.), 1986:《发现新中产阶级》('The Discovery of the New Moddle Class'), 见 Theory and Society, 1986: 15.

彪勒(Buyley, S), 1979:《保持好体形》(In Good Shape), London.

波德莱尔(Baudelaire, C), 1964:《现代生活画卷及其它文集》(The Painter of Modern Life and Other Essays), Oxford: Phaidon Press.

波吉奥里(Poggioli, R.), 1973:《先锋派的内容》('The Content of the Avant-Garde'), 见 T. Burns 与 E. Burns 主编 The Sociology of Literature and Drama, Harmondsworth: Penguin.

波罗克(Pollock, G.), 1985/6:《艺术、艺术流派、文化:艺术家死后的个人主义》('Art, Artschool, Culture: Individualism after the Death of the Artist'), 见 Block, 1985/6: 11.

波斯特(Poster, M.), 1975:《战后法国存在主义的马克思主义》(Existential Marxism in Postwar France), Princeton: Princeton University Press.

伯恩斯坦(Bernstein,R.J)主编,1985:《哈贝马斯与现代性》(Habermas and Modernity),Oxford:Polity Press

伯格(Berger,P),1969:《宗教的社会现实》(The Social Reality of Religion), London: Faber.

伯格(Burger,P),1984:《先锋派的理论》(Theory of the Avant-Garde),Manchester: Manchester University Perss.

伯格林(Burglin,V.),1985/6:'外围主义与后现代主义的几点思考》('Some Thoughts on Outsiderism and Postmodernism'),见Block,1985/6:11.

伯克(Burke,P),1978:《现代欧洲早期的大众文化》(Popular Culture in Early Modern Europe),London:Temple Smith.

伯曼(Berman,M),1982:《一切坚固皆化为烟云》(All that is Solid Melts into Air), New York:Simon and Schuster.

布迪厄、波厄坦斯基、卡赛尔、钱伯顿(Bourdieu,P., Boltanski,L., Castel,R., Chamboredon,J.C.),1965:《一般艺术》(Un Art moyen),Paris:Minuit.

布迪厄(Bourdieu,P),1971:《知识分子场域与创造筹划》('Intellectual Field and Creative Project'),见扬(M. Young)主编 Knowledge and Control, London: Collier-MacMillan.

布迪厄(Bourdieu,P),1977:《实践理论大纲》(Outline of a Theory of Practice),理查德·尼赛(Richard Nice)译,Cambridge:Cambridge University Press.

布迪厄(Bourdieu,P),1979:《信仰的生产:符号产品经济研究》('The Production of Belief:Contribution to an Economy of Symbolic Goods'),见 Media,Culture and Society,1979:2.

布迪厄(Bourdieu,P),1983a:《文化生产场域》('The Field of Cultural Production'),见 Poetics,1983:12

布迪厄(Bourdieu,P),1983b:《哲学机构》('The Philosophical Institution'),见蒙福尔(A. Montefiore)主编 Philosophy in France Today,Cambridge:Cambridge University Press.

布迪厄(Bourdieu,P),1984:《区隔》(Distinction:A Social Critique of the Judgement of Taste),R.尼赛(R. Nice)译,London:Routledge & Kegan Paul.

布迪厄(Bourdieu,P),1986:《访谈》('Interview'),见 Theory,Culture & Society, 1986:3(3).

布迪厄(Bourdieu,P),1987:《资本的形式》('The Forms of Capital'),见理查逊(J. G.

Richardson)主编 Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York:Greenwood Press.

布迪厄、帕斯龙(Bourdieu,P、Passeron,J.C),1990:Reproduction in Education,Society and Culture,第二版,London:Sage.

布拉德贝利(Bradbury,M.),1983:《现代主义/后现代主义》('Modernisms/Postmodernisms'),见 I.哈桑与 S.哈桑(I. Hassan and S. Hassan)主编 Innovation / Renovation, Madison:Wisconsin university Press.

布拉德贝利,麦克法兰(Bradbury,M., McFarlane,J)主编,1976:《1890－1930 间的现代主义》(Modernism 1890－1930), Harmondsworth:Penguin.

布鲁斯-布里格斯(Burce－Briggs.B)主编,1979:《新阶级》(The New Class), New York:McGraw－Hill.

布瓦耶(Boyer,M.c),1988:《城市规划重返美学》('The Return of Aesthetics to City Planning'),见 Society,1988:25(4).

陈(Chen,K,H),1987:《鲍德里亚的内爆性后现代主义》('Baudrillard's Implosive postmodernism'),Theory,Culture & Society,1987:4(1).

达伦多夫(Dahrendorf,R.),1968:《跳出乌托邦》('Out of Utopia'),见 Essays in the Theory of Society, London:Routledge & Kegan Paul.

达耶、凯兹(Dayan,D. Katz,E.),1988:《详说一致性:媒体事件的仪式与修辞》('Articulating Consensus:The Ritual and Rhetoric of Media Event'),见亚历山大(J.C, Alexander)主编 Durkheimian Sociology:Cultural Studies,Cambridge:Cambridge University Press.

戴维斯(Davis,M.),1985:《城市复兴与空间后现代主义》('Urban Renaissance and Spatial Postmodernism'),见 New Left Review,1968:151.

道格拉斯、伊舍伍德(Douglas,M, Isherwood,B.),1980:《产品的世界》(The World of Goods), Harmondsworth:Penguin.

道格拉斯(Douglas,M.),1982:《现代化对宗教变迁的影响》('The Effects of Modernization on Religious Change'),见 Daedalus,1982:111(1).

德·萨皮奥(Del Sapio,M),1988:《问题在于你是否能使文字表示如此之多的不同事情:艺术与大都会语言笔记》('The Question is Whether You Make Words Mean so many Different Things: Notes on Art and Metropolitan Languages'), 见 Cultural Studies,1988:2(2).

德·斯旺(de Swaan,A),1981:《广场恐怖症政治学》('The Politics of Agoraphobia'),

见 Theory and Society, 1981: 10(3).

邓金(Denzin, N), 1984:《论理解情感》(On Understanding Emotion, San Francisco: Jossey-Bass.

涂尔干(Durkheim, E.), 1964:《社会中的劳动分工》(The Division of Labour in Society), New York: Free Press.

涂尔干(Durkheim, E.), 1974:《价值判断与事实判断》('Value Judgements and Judgements of Reality'), 见 Sociology and Philosophy, New York: Free Press.

迪兰(During, S.), 1987:《当今的后殖民主义的后现代主义》('Postmodernism of Post-colonialism Today'), 见 Textual Practice, 1987: 1(1).

迪马吉奥和于塞姆(DiMaggio, P., Useem, M.), 1978:《文化财富与公共政策》('Cultural Property and Public Policy'), 见 Social Research, 1978: 45(2).

迪马吉奥(DiMaggio, P.), 1982:《十九世纪波士顿的文化企业》('Culture Entrepreneurship in 19th Century Boston', Parts I and II), Media, Culture and Society, 1982: 4.

迪马吉奥(DiMaggio, P.), 1986:《文化能挽救市场吗?》('Can Culture Survive the Marketplace?'), 见 Non-Profit Enterprise in the Arts, Oxford: Oxford University Press.

迪马吉奥(DiMaggio, P.), 1987:《艺术中的分类》('Classification in Art'), 见 American Sociological Review, 1987: Vol. 52, No. 4.

多尔蒂(Doherty, T.), 1987:《理论、启蒙与暴力: 后现代阐释学的喜剧性错误》('Theory, Enlightenment and Violence: Postmodern Hermeneutics as a Comedy of Errors'), 见 Textual Practice, 1987: 1(2).

厄里(Urry, J.), 1988:《文化变迁与当代假日的形成》('Cultural Change and Contemporary Holiday-Making'), Theory, Culture & Society, 1988: 5(1).

凡·雷詹(Van Reijen, W.), 1988:"《〈启蒙的辩证法〉的寓言》('The Dialectic of Enlightenment Read as Allegory'), 见 Theory, Culture & Society, 1988: 5(2-3).

凡杜里、布朗恩和伊泽诺尔(Venturi, R., Scott Brown, D. 和 Izenour, D.), 1977:《向拉斯维加斯学习: 被遗忘的建筑形式的符号主义》(Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architecture Form), Cambridge, Mass.: MIT Press.

费恩(Fenn, R. K.), 1982:《宗教社会学: 一个评论性调查》('The Sociology of Religion: A Critical Survey), 见 T. Bottomore, S. Nowak and M. Sokolowska 主编: Sociology: The State of the Art, London.

费费尔(Feifer,M.),1985:《游逛》(Going Places),London:Macmillan.
费瑟斯通、赫普沃斯(Featherstone,M.,Hepworth,M.),1982:《老龄与不平等:消费文化与新的中年人》('Ageing and Inequality:Consumer Culture and the New Middle Age')见 D. Robbins 等主编 Rethinking Social Inequality. Aldershot:Gower.
费瑟斯通、赫普沃斯(Featherstone,M.,Hepworth,M.),1983:《乔治与琳内的中型生活方式》('The Midlifestyle of George and Lynne'), Theory, Culture & Society, 1983:1(3.)
费瑟斯通(Featherstone,M.),1982:《消费文化中的身体》('The Body in Consumer Culture'),见 Theory,Culture & Society),1982:1(2).
费瑟斯通(Featherstone,M.),1983:《消费文化导论》('Consumer Culture:An Introduction'),Theory,Culture & Society,1(3.)
费瑟斯通(Featherstone,M.),1986:《法国社会理论导论》('French Social Theory:An Introduction'),Theory,Culture & Society,1986:3(3).
费瑟斯通(Featherstone,M.),1987a:《消费文化、符号权力与普遍主义》('Consumer Culture,Symbolic Power and Universalism'),见 G. Stauth and S. Zubaida 主编 Mass Culture,Popular Culture and Lifeworlds in the Middle East,Frankfurt:Campus Verlag.
费瑟斯通(Featherstone,M.),1987b:《闲暇、符号权力与生活史》('Leisure,Symbolic Power and the Life Course'),见 D. Jary,D. Horne and A. Tomlinson 主编 Sport, Leisure and Social Relations,London:Routledge.
费瑟斯通(Featherstone,M.),1988:《文化生产消费与文化领域的发展》('Cultural Production Consumption and the Development of the Cultural Sphere'),paper presented at the Third German-American Sociological Theory Group Conference,Bremen.
费斯克与哈特利(Fiske J.,Hartley J.),1978:《读解电视》(Reading Television),London:Methuen.
费斯与霍恩(Frith S.,Horne, H.),1987:《艺术进入大众》(Art into Pop), London:Methuen.
费希尔等(Fisher, M.,Bianchini, F.,Montgomery,J. and Warpole, K),1987:《城市与城市文化》(Cities and City Cultures),Birmingham:Birmingham Film and Television Festival.
弗里德曼(Friedman, J.),1987:《布伦德兰德阳物的冒险:反-反话语》('Prolegomena to the Adventures of Phallus in Blunderland:An Anti-Anti Discourse'),见 Culture and

History, 1987: 1(1).

弗里德曼(Friedman, J.), 1988:《文化逻辑与全球体系》('Cultural Logics of the Global System')见 Theory, Culture &Society, 1988: 5(2 3).

弗里斯比(Frisby, D.), 1981:《社会学印象主义:再评齐美尔的社会理论》(Sociological Impressionism: A Reassessment of Georg Simmel's Social Theory), London: Heinemann.

弗里斯比(Frisby, D.), 1985a:《乔治·齐美尔,第一个论现代性的社会学家》('Georg Simmel, First Sociologist of Modernity'), 见《理论、文化与社会》(Theory, Culture & Society), 1985: 2(3).

弗里斯比(Frisby, D.), 1985b:《现代性碎片》(Fragments of Modernity). Oxford: Polity Press.

福科(Foucault, M.), 1977:《规训与惩罚》(Discipline and Punish), Harmondsworth: Penguin.

福科(Foucault, M.), 1986:《什么是启蒙?》('What is Enlightenment?'), 见 P. Rabinow 主编 The Foucault Reader, Harmondsworth: Penguin.

福斯特(Foster, H.)主编, 1984:《后现代文化》(Postmodern Culture), London: Pluto Press.

福梯(Forty, A.), 1986:《欲望的对象》(Objects of Desire), London Thames and Hudson.

盖斯菲尔德(Gusfield, J. R.), 1963:《符号之战》(Symbolic Crusade), Urbana: University of Illinois Press.

盖斯菲尔德、米歇罗维奇(Gusfield, J. R., Michalowicz, J.), 1984:《世俗的象征主义》('Secular Symbolism'), 见 Annual Review of Sociology, 1984: 10.

戈夫曼(Goffman, E.), 1951:《阶级地位系统》('Systems of Class Status'), 见 British Journal of Sociology, 1951: 2.

戈特(Gott, R.), 1986:《当代文化危机》('The Crisis of Contemporary Culture'), 见 Guardian, 1986: 1 December, p. 10.

格尔兹(Geertz, C.), 1983:《地方性知识》(Local Knowledge), New York: Basic Books.

格什里、琼斯(Gershuny, J. and Jones, S.), 1987:《1961 - 1984 英国工作与闲暇的变迁》('The Changing Work/Leisure Balance in Britain: 1961 - 1984'), 见 J. Horne, D. Jary and A. Tomlinson 主编 Sport, Leisure and Social Relations, London: Routledge

& Kegan Paul.

古德纳(Gouldner, A.),1971:《西方社会学正面临的危机》(The Coming Crisis of Western Sociology), London: Heinemann.

古德纳(Gouldner, A.),1979:《知识分子的未来和新阶级的兴起》(The Future of the Intellectuals and the Rise of the New Class, London: Macmillan.

古兹布卢姆(Goudsblom, J.),1987:《论社会与社会学的高与低》('On High and Low in Society and Sociology'),见 Sociolgisch Tijdschrift, 1987:13(1).

哈贝马斯(Habermas, J.),1971:《技术科学与意识形态》('Technology Science and Ideology'),见 Toward a Rational Society, London: Heinemann.

哈贝马斯(Habermas, J.),1981a:《现代性对后现代性》('Modernity versus Postmodernity'),见 New German Critique, 1981:22.

哈贝马斯(Habermas, J.),1981b:《交往行动理论》(Theorie des Kommunikativen Handelns), Frankfurt: Suhrkamp.

哈贝马斯(Habermas, J.),1984:《交往行动理论》卷一(Theory of Communicative Action, Volume I), London: Heinemann.

哈贝马斯(Habermas, J.),1985:《问题与反问题》('Questions and Counter questions'),见 R. J. Bernstein, Habermas and Modernity, Oxford: Polity Press.

哈贝马斯(Habermas, J.),1987:《交往行动理论》卷二(Theory of Communicative Action, Volume II), Oxford: Polity Press.

哈菲坎普(Haferkamp, H.),1987:《超越现代性的铁笼:权力结构中的成功、协商与变迁》('Beyond the Iron Cage of Modernity: Achievement, Negotiation and Changes in the Power Structure'),见 Theory, Culture & Society, 1987:4(1).

哈蒙德(Hammond, J. L.),1986:《雅皮士》('Yuppies'),见 Public Opinion Quarterly, 1986:50.

哈蒙德(Hammond, P. E.),1986:《现代世界中的宗教》('Religion in the Modern World'),见 J. D. Hunter and S. C. Ainlay 主编 Making Sense of Modern Times: P. L. Berger and the Vision of Interpretive Sociology, London: Routledge & Kegan Paul

哈琼(Hutcheon, L.),1984:《自恋主义叙事:元虚构悖论》(Narcissistic Narrative: The Metafictional Paradox), London: Methuen.

哈琼(Hutcheon, L.),1986 – 7:《后现代主义政治》('The Polities of Postmodernism'),见《文化评论》(Cultural Critique), 5.

哈琼(Hutcheon, L.),1987:《后现代主义理论化的开端》('Beginning to Theorise Post-

modernism'),见 Textual Practice,1987:1(1).

哈桑(Hassan,I.),1985:《后现代主义文化》('The Culture of Postmodernism'), Theory,Culture & Society,1985:2(3).

哈维(Harvey,D.),1988:《魔幻城市》('Voodoo Cities'),见 New Statesman and Society,1988:30 September.

哈扎德(Hazard, P.),1964:《1680－1715 年间的欧洲心理》(The European Mind 1680—1715),Harmondsworth:Penguin.

豪尔(Hall, J.),1985:《权力与自由:西方社会兴起的原由与后果》(Powers and Liberties:The Causes and Consequences of the Rise of the West).Oxford:Basil Blackwell.

豪格(Haug,W.F.),1986:《商品美学批判》(Critique of Commodity Aesthetics),Oxford:Polity Press.

豪格(Haug,W.F.),1987:《商品美学、意识形态与文化》(Commodity Aesthetics,Ideology and Culture),New York:International General.

赫布迪吉(Hebdige,D.),1983:《贫乏的品味:大众笔记》('In Poor Taste:Notes on Pop'),见 Block,1983:.3:54－68.

赫布迪吉(Hebdige,D.),1988:《藏在阳光下》(*Hiding in the Light*),London:Routledge & Kegan Paul.

赫普沃斯与费瑟斯通(Hepworth, M. and Featherstone. M.),1982:《幸存的中年》(Surviving Middle Age),Oxford:Basil Blackwell.

赫希(Hirsch, F.),1976:《增长的社会限制》(The Social Limits to Growth),Cambridge Mass.:Harvard University Press.

赫希曼(Hirshman, A.),1982:《变化的卷入》(Shifting Involvement),Oxford:Basil Blackwell.

怀特(White,H.),1973:《元历史》(Metahistory),Baltimore:Johns Hopkins University Press.

霍布斯鲍姆、兰格尔(Hobsbawm, E. and Ranger T.), 1983:《传统的创新》(The Invention of Tradition), Cambridge: Cambridge University Press

霍恩(Horne, D.),1984:《大博物馆》(The Great Museum), London:Pluto Press.

霍克海默、阿多诺(Horkheimer,M. ,Adorno,T.),1972:《启蒙的辩证法》(Dialectic of Enlightenment), New York:Herder & Herder.

霍瑟尔(Hauser, A.),1982:《艺术社会学》(The Sociology of Art), London:Routledge

& Kegan Paul.
霍伊(Hoy,D. C.)主编,1986:《福科:批评性读本》(Foucault:A Critical Reader),Oxford:Basil Blackwell.
吉登斯(Giddens, A.),1981a:《现代主义与后现代主义》('Modernism and Postmodernism'),见 New German Critique,1981:22.
吉登斯(Giddens, A.),1981b:《对历史唯物主义的当代批评》(A Contemporary Critique of Historical Materialism), London:Macmillan.
吉登斯(Giddens, A.),1984:《社会的构成》(The Constitution of Society),Cambridge:Polity Press.
吉登斯(Giddens, A.),1985:《民族国家与暴力》(The Nation State and Violence),Cambridge:Polity Press.
吉登斯(Giddens, A.),1987a:《关于社会学之未来的九个命题》('Nine Theses on the Future of Sociology'),见 Social Theory and Modern Sociology, Cambridge: Polity Press.
吉登斯(Giddens, A.),1987b:《结构主义、后结构主义与文化生产》('Structuralism, Post-structuralism and the Production of Culture'),见 Social Theory and Modern Sociology,Cambridge:Polity Press.
吉尔纳(Gellner, E.),1979:《平等的社会根源》('The Social Roots of Egalitarianism'),见 Dialectics and Humanism,1979:4.
吉斯纳、沙德(Gessner,V. , Schade. A.),1990:《法律关系中交叉边界的文化冲突》('Conflicts of Culture in Cross-Border Legal Relations'),Theory,Culture & Society,1990:7(2-3).
吉斯特(Geist, H.),1983:《拱形门:建筑类型史》(Arcades:The History of a Building Type), Boston :MIT Press.
加纳姆(Garnham,N.),1987:《文化概念、公共政策与文化工业》('Concepts of Culture,Public Policy and the Culture Industries'),见 Cultural Studies,1987:1(1).
杰克逊(Jackson, P.),1985:《纽约的邻里变迁》('Neighbourhood Change in New York:The Loft Conversion Process')见:Tijd schrift voor economische en sociale Geografie,74(3).
杰克逊(Jackson,B.),1968:《工人阶级共同体》(Working Class Community),London.
金斯伯格(Ginzburg, C.),1980:《寄生虫与奶酪》(The Worm and the Cheese), London; Routledge & Kegan Paul.

卡勒法罗(Calefato, P),1988:《时尚、人行道与身体》('Fashion, the Passage, the Body'),见 Cultural Studies,1988:2(2).

卡普兰(Kaplan, E. A.),1986:《音乐电视的历史观众与性别定位》('History Spectator and Gender Address in Music Television'),见 Journal of Communications Inquiry,1986:10(1).

卡普兰(Kaplan, E. A.),1987:《围绕时钟的摇滚:音乐、电视、后现代主义和消费文化》(Rocking Around the Clock: Music, Television, Postmodernism and Consumer Culture), London:Methuen.

卡特(Carte,R.),1985:《资本主义、阶级冲突和新中产阶级》(Capitalism,Class Conflict and the New Middle Class),London:Routledge & Kegan Paul.

凯尔伯格(Kalberg,S.),1987:《文化悲观主义的根源与蔓延》('The Origin and Expansion of Kulturpessimismus'),见 Sociological Theory,1987:5(Fall).

坎贝尔(Campbell,C.),1987:《浪漫伦理与现代消费主义精神》(The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism), Oxford:Basil Blackwell.

康德(Kant, I.),1790/1952:《判断力批判》(Critique of Aesthetic Judgement),London:Oxford University Press.

考夫曼(Kauffmann, R. L.),1986:《后批判主义或前卫派理论的局限》('Post-Criticism or the Limits of Avant-Garde Theory'),见 Telos,67.

库利(Cowley,M.),1951:《流亡归来》(Exiles Return),New York:Viking.

柯林斯(Collins,R.),1988a:《评拉什与维斯特主编〈马克斯·韦伯,理性与现代性〉》('Review of Lash and Whimster (eds),Max Weber,Rationality and Modernity'),Theory,Culture & Society,5(1).

柯林斯(Collins,R),1988b:《冲突社会学中的涂尔干传统》('The Durkheimian Tradition in Conflict Sociology'),见亚历山大(J.C.Alexander)主编,《涂尔干传统的社会学:文化研究》(Durkheimian Sociology:Cultural Studies),Cambridge:Cambridge University Press.

科尔纳(Kellner,D.),1983:《批判理论、商品与消费社会》('Critical Theory,Commodities and the Consumer Society',见 Theory,Culture & Society,1983:(3).

科尔纳(Kellner,D.),1987:《鲍德里亚,半成品与死亡》('Baudrillard, Semiurgy and Death'),见 Theory,Culture & Society,4(1).

科尔纳(Kellner,D.),1988:《作为社会理论的后现代主义》('Postmodernism as Social Theory:Some Challenges and Problems'),见 Theory,Culture & Society,1988:5(2 -

3).

科亨(Cohen,A. P),1985:《共同体的符号构建》(The Symbolic Construction of Community),London:Tavistock.

科亨(Cohen,I),1986:《结构化理论的地位:答麦克伦兰》('The Status of Structuration Theory:A Reply to McLennan'),Theory,Culture & Society,1986:3(1).

科亨(Cohen,I),1987:《结构化理论与社会实践》('Structuration Theory and Social Praxis'),见吉登斯与特纳(A. Giddens and J. Turner)主编 Social Theory Today,Cambridge:Polity Press.

科勒(Kohler,M.),1977:《后现代主义》('Postmodernismus:Ein begriffsgeschichter U berblick'),见 America Studies,22,(1).

科雷利基(Coleridge,S T),1837/1974:《论教会与国家的形成》(On the Constitution of Church and State, London:Dent.

科里甘与萨耶(Corrigan,P,and Sayer,D.),1985,《大拱门:作为文化革命的英国国家的形成》(The Great Arch: English State Formation as Cultural Revolution),Oxford:Basil Blackwell.

科洛克尔(Kroker,A.),1985:《鲍德里亚的马克思》('Baudrillard's Marx'),见 Theory,Culture & Society,1985:2(3).

科洛克尔、库克(Kroker,A. , Cook,D.),1987:《后现代场景》(The Postmodern Scene),New York.

科洛克尔与科洛克尔(Kroker,A., Kroker,M.),1987:《减肥》('Body Digest'),见 Canadian Journal of Political and Social Theory,1987:11(1-2).

克拉克(Clark, T.J.),1985:《现代生活画卷》(The Painting of Modern Life), London:Thames & Hudson.

克拉里(Crary,J.),1984:《景观的遮蔽》('The Eclipse of the Spectacle'),见 B. Wallis 主编 Art after Modernism,New York:New Museum Press.

克兰(Crane,D.),1987:《先锋派的转变》(The Transformation of the Avant-Garde),Chicago:Chicago University Press.

克雷默(Kramer,H.),1982:《后现代:80年代的艺术与文化》('Postmodern:Art and Culture in the 1980s'),见 The New Criterion,1982:1(1).

库克(Cooke,P),1988:《现代性、后现代性与城市》('Modernity,Postmodernity and the City'),Theory,Culture &Society,5(2-3).

库克(Cooke,P., Onufrijchuk, L.),1987:《空间与最后的边界》('Space the Final

Frontier'),未发表的论文。

库珀尔(Kuper,A.,1988:《原始社会的形成》(The Making of Primitive Society),London:Routledge & Kegan Paul.

昆兹里(Kuenzli,R.),1987:《尼采式的策略:达达主义与后现代主义》('Nietzschean Strategies:Dada and Postmodernism'),paper presented at the IALP Conference on Postmodernism,Lawrence,Kansas.

拉杜里、罗伊(Ladurie,E.,le Roy),1981:《罗马人的狂欢》(Carnival in Romans),Harmondsworth:Penguin.

拉吉曼(Rajchman,J.),1985:《福科与现代主义的终结》('Foucault and the End of Modernism'),见 Michel Foucault,The Freedom of Philosophy. New York:Columbia University Press.

拉蒙特与拉里奥(Lamont,M. and Lareau,A.),1988:《文化资本》('Culture Capital'),见 Sociological Theory,1988:6(2).

拉奇(Lasch,C.),1979:《自恋主义文化》(The Culture of Narcissism),New York:Norton.

拉什(Lash,S.),1988:《话语抑或形象? 作为意指体系的后现代主义》('Discourse or Figure? Postmodernism as a Regime of Signification'),见 Theory,Culture & Society,5(2-3).

拉什、厄里(Lash,S.,Urry,J.),1987:《组织化的资本主义的终结》(The End of Organised Capitalism),Oxford:Polity Press.

拉斯莱特(Laslett,P.),1965:《我们失去的世界》(The World We Have Lost),London:Methuen.

莱斯(Leiss,W.),1978:《满足之界限》(The Limits to Satisfaction),London:Marion Boyars.

莱斯(Leiss,W.),1983:'The Icons of the Marketplace',Theory,Culture & Society,1(3).

莱斯、克莱恩、雅利(Leiss,W.,Kline,S.,Jhally,S.),1986:《广告中的社会交往》(Social Communication in Advertising),New York:Macmillan.

莱文(Levine,D.),1985:《始于模糊之奇想》(The Flight from Ambiguity),Chicago:Chicago University Press.

莱文(Levine,L.),1989:《有教养/无教养:美国文化等级的出现》(Highbrow/Lowbrow:The Emergence of Cultural Hierarchy in America),Cambridge,Mass.:Harvard

University Press.

兰格尔(Langer,B. D.),1984:《寒冷中的抗议》('Studies in from the Cold'),见 C. Veliz, Carroll. J., Goldlust, J., Pelz. W., Langer, B. D., Arnason. J., Heller, E., Mackie, F. 与 Brown. R.: Sociology of Culture, Melbourne: La Trobe University.

劳温特尔(Lowenthal, L.),1961:《文学、通俗文化与社会》(Literature, Popular Culture and Society), Palo Alto, Ca.: Pacific Books.

勒·高夫(Le Goff, J.),1984:《欧洲中世纪的文明进程》(La Civilisation de l'occident medieval), Paris: Artaud.

雷迪(Reddy, W. M.),1984:《市场文化的兴起》(The Rise of Market Culture), Cambridge: Cambridge University Press.

雷朋尼斯(Lepenles, W.),1988:《在文学与科学之间:社会学的兴起》(Between Literature and Science: The Rise of Sociology), Cambridge: Cambridge University Press.

雷伊(Reay, B.),1985a:《17 世纪的英国通俗文化导言》('Introduction', in Popular Culture in Seventeenth Century England), London: Croom Helm.

雷伊(Reay, B.),1985b:《通俗宗教》('Popular Religion'),见 Popular Culture in Seventeenth Century England, London: Croom Helm.

利奥塔(Lyotard, J. F.),1971: Discourse, Figure, Paris: Kincksiek.

利奥塔(Lyotard, J. F.),1977: Instructions Painnes, Paris: Galiee.

利奥塔(Lyotard, J. F.),1984: The Postmodern Condition, Manchester: Manchester University Press.

利奥塔(Lyotard, J. F.),1986 – 7: 'Rules and Paradoxes or Svelte Appendix',见 Cultural Critique, 1986 – 1987: 5.

利奥塔(Lyotard, J. F.),1988: 'Interview', Theory, Culture & Society, 1988: 5(2 – 3).

列尔、欧里文(Leal, O. F.、Oliven, R. G.),1988:《肥皂剧叙事方式的阶级阐释》('Class Interpretations of a Soap Opera Narrative'),见 Theory, Culture & Society, 1988: 5(1).

列菲伏尔(Lefebvre, H.),1971:《现代世界的日常生活》(Everyday Life in the Modern World), London: Allen Lane.

列菲伏尔(Lefebvre, H.),1978: Einfuhrung in die Modernitdt, Frankfurt: Suhrkamp.

列斐逊(Liebersohn, H.),1988:《德国社会学的命运与乌托邦》(Fate and Utopia in German Sociology), Cambridge Mass.: MIT Press.



林达(Linder, S. B.), 1970:《苦恼的闲暇阶级》(The Harried Leisure Class), New York: Columbia University Press.

卢卡奇(Lukacs, G.), 1971:《历史与阶级意识》(History and Class Consciousness), R. Livingstone 译, London: Merlin Press.

卢克曼(Luckmann, B.), 1971:《现代人的小生活世界》('The Small Life Worlds of Modern Man'), Social Research.

卢克曼(Luckmann, T.), 1967:《无形宗教》(The Invisible Religion), London: MacMillan.

卢克斯(Lukes, S.), 1973:《涂尔干:他的生活与作品》(Emile Durkheim: His Life and Work), Harmondsworth: Allen Lane.

伦恩(Lunn, E.), 1985:《马克思主义与现代主义》(Marxism and Modernism), London: Verso.

罗宾斯(Robbins, D.), 1987:《运动、领导权与中产阶级:维多利亚时期的登山者》('Sport, Hegemony and the Middle Class: The Victorian Mountaineers'), 见 Theory, Culture & Society, 1987: 4(4).

罗伯茨(Roberts, D.), 1988:《超越进步:博物馆与蒙太奇》('Beyond Progress: The Museum and Montage'), 见 Theory, Culture & Society, 1988: 5(2 - 3).

罗伯逊(Robertson, R.), 1978:《意义与变迁》(Meaning and Change), Oxford: Basil Blackwell.

罗伯逊(Robertson, R.), 1987:《全球化理论与文明进程分析》('Globalization Theory and Civilizational Analysis'), 见 Comparative Civilizations Review, 1987: Fall.

罗伯逊(Robertson, R.), 1988:《文化的社会学意指》('The Sociological Significance of Culture: Some General Considerations'), 见 Theory, Culture & Society, 1988: 5(1).

罗伯逊(Robertson, R.), 1990:《全球化条件映射》('Mapping the Global Conditions'), 见《理论、文化与社会》(Theory, Culture & Society), 1990: 7(2 - 3).

罗杰克(Rojek, C.), 1985:《资本主义与闲暇理论》(Capitalism and Leisure Theory), London: Tavistock.

罗切伯格-哈尔顿(Rochber-Halton, E.), 1986:《意义与现代性》(Meaning and Modernity), Chicago: Chicago University Press.

罗斯(Rose, G.), 1978:《忧郁的科学:阿多诺思想导论》(The Melancholy Science: An Introduction to the Thought of Theodor W. Adorno), London: Macmillan.

洛克伍德(Lockwood, D.), 1964:《社会整合与系统整合》('Social Integration and Sys-

tem Integration'), 见 G. k. Zollschan and W. Hirsch 主编, Explorations in Social Change, Boston: Houghton Mifflin.

马丁(Martin, B.), 1981:《当代文化变迁》(Contemporary Cultural Change), Oxford: Basil Blackwell.

马尔库塞(Marcuse, H.), 1964:《单向度的人》(One Dimensional Man), London: Routledge & Kegan Paul.

马尔库塞(Marcuse, H.), 1969:《论解放》(An Essay on Liberation), Harmondsworth: Penguin.

马尔罗(Malraux, A.), 1967:《无墙博物馆》(Museum without Walls), London.

马费索里(Maffesoli, M.), 1988a:《情感化的后现代主义和大都会》('Affectual Postmodernism and the Megapolis'), 见 Threshold IV, 1988: 1.

马费索里(Maffesoli, M.), 1988b:《假面舞会》('Jeux de Masques: Postmoderne Tribalisme'), Design Issues, 4(1-2).

马塔拉特(Mattelart, A.), 1979:《多国合作与文化控制》(Multinational Corporations and the Control of Culture), Brighton: Harvester Press.

马维克(Marwick, A.), 1988:《美》(Beauty), London.

麦克格里格(McGregor, C.), 1984:《通俗进入文化》(Pop Goes the Culture), London: Pluto Press.

麦肯德里克、布勒尔、普拉姆(McKendrick, N., Brewer, J., Plumb, J. H.), 1982:《消费社会的诞生》(The Birth of a Consumer Society), London: Europa.

曼德尔(Mandel, E.), 1975:《晚期资本主义》(Late Capitalism), London: New Left Books.

曼恩(Mann, M.), 1986:《社会权力的起源》(The Sources of Social Power), Cambridge: Cambridge University Press.

曼海姆(Mannheim, K.), 1956:《文化的民主化》('The Democratization of Culture'), 见 Essays on the Sociology of Culture, London: Routledge & Kegan Paul.

梅吉尔(Megill, A.), 1985:《绝境的预言》(Prophet of Extremity), Berkeley: California University Press.

梅洛维兹(Meyrowitz, J.), 1985:《无意之地》(No Sense of Place), Oxford: Oxford University Press.

梅塞尔(Mercer, C.), 1983:《欲望的贫困:快感与大众的政治学》('A Poverty of Desire: Pleasure and Popular Politics'), T. Bennett 等主编 Formations of Pleasure, Lon-

don:Routledge &Kegan Paul.

米洛特(Millot,B.),1988:《符号、欲望与权力》('Symbol,Desire and Power'),见 Theory,Culture & Society,5(4).

墨菲(Murphy,R.),1989:《社会性封闭:关于垄断与排斥的理论》(Social Closure:The Theory of Monopolization and Exclosure),Oxford:Clarendon Press.

穆林、泰勒(Mullin,B.,Taylor,L.),1986:《不速之客》(Uninvited Guests),London.

那塔尔(Nuttall,J.),1977:《共同因素/乌合之众》(Common Factors/Vulgar Factions),London:Routledge & Kegan Paul.

帕尔默(Palmer,R. E.),1977:《后现代主义与阐释学》('Postmodernity and Hermeneutics'),见 Boundary 2,1977:22.

帕金(Parkin,F.),1979:《马克思主义与阶级理论:一个资产阶级的批判》(Marxism and Class Theory:A Bourgeois Critique),London:Tavistock.

帕森斯(Parsons,T.),1937:《社会行动的结构》(The Structure of Social Action),New York:McGraw Hill.

帕森斯(Parsons,T.),1951:《社会系统》(The Social System),New York:Free Press.

帕森斯(Parsons,T.),1961:《文化和社会系统导言》('Culture and the Social System:Introduction'),见 T. Parsons,E. Shils,K. D. Naegele and J.R.Pitts 主编 Theories of Society,New York:Free Press.

坡利(Pawley,M.),1986:《建筑:所有它体现的历史》('Architecture:All the History that Fits'),见 Guardian,1986:3 December:10.

普雷特塞尔、特莱尔(Preteceille,E.,Terrail,J,P.),1985:《资本主义、消费与需要》(Capitalism,Consumption and Needs),Oxford : Basil Blackwell.

齐美尔(Simmel,G.),1978:《货币哲学》(The Philosophy of Money),T. Bottomore 与 D.Frisby 译,London:Routledge & Kegan Paul.

钱伯斯(Chambers,I.),1986:《通俗文化:大都会体验》(Popular Culture:The Metropolitan Experience),London:Methuen.

钱伯斯(Chambers,I.),1987:《大都市地图:后现代主义的可能向导》('Maps for the Metropolis:A Possible Guide to the Postmodern'),Cultural Studies,1987:1(1).

萨林斯(Sahlins,M.),1974:《石器时代的经济学》(Stone Age Economics),London:Tavistock.

萨林斯(Sahlins,M.),1976:《文化与实践理性》(Culture and Practical Reason),Chicago:Chicago University Press.

萨斯曼(Susman,R.),1979:《人格与20世纪的文化形成》('Personality and the Making of Twentieth Century Culture'),见J. Higham 和P. K Conkin 主编 New Directions in American Cultural History,Baltimore:Johns Hopkins University Press.
萨斯曼(Susman,R.),1982:《1929-1945年间的文化与承诺》(Culture and Commitment 1929-1945), New York:Braziller.
萨耶、罗伊(Sayre,R. and Lowy,M.),1984:《浪漫的反资本主义形象》('Figures of Romantic Anti-Capitalism'),New German Critique,1984:32.
塞格尔(Seigel,J.),1986:《放浪形骸的巴黎》(Bohemian Paris),New York:Viking.
塞内(Sennett,R.),1976:《公共人的沉没》(The Fall of Public Man),Cambridge:Cambridge University Press.
塞义德(Said,E. W.),1978:《东方主义》(Orientalism),London:Routledge & Kegan Paul.
桑塔格(Sontag,S.),1967:《反对解释》(Against Interpretation), London:Eyre & Spottiswoode.
沙内(Chaney,D.),1979:《小说与庆典》(Fictions and Ceremonies).London:Arnold.
沙内(Chaney,D.),1983《作为文化形式的百货商店》('The Department Store as a Cultural Form'), Theory,Culture & Society,1983:1(3).
沙内(Chaney,D.),1990:《黑暗之地:作为文化形式的大都会中心》('Dystopia in Gateshead:The Metrocentre as a Cultural Form'), Theory,Culture & Society,1990:7(4).
沙斯特曼(Shusterman,R.),1988:《后现代主义的美学主义:一种新的伦理哲学?》('Postmodernist Aestheticism: A New Moral Philosophy?'),见 Theory,Culture & Society,1988:5(2-3).
舒德逊(Schudson,M.),1986:《广告:并非易事》(Advertising:The Uneasy Persuasion),New York:Harper.
舒德逊(Schudson,M.),1987:《通俗文化的新认定》('The New Validation of Popular Culture'),见 Critical Studies in Mass Communications,1987:4.
舒瓦兹(Schwartz,B.),1983:《垂直分类》(Vertical Classification),Chicago University Press.
舒维德(Schweder,B. A.),1984:《人类学对启蒙的浪漫反叛》('Anthropology's Romantic Rebellion against the Enlightenment'),见 R. A. Schweder 和 B. A. Levine 主编 Culture Theory,Cambridge:Cambridge University Press.

斯宾塞(Spencer,L.),1985:《商品世界的寓言:中央公园的重要性》('Allegory in the World of the Commodity: The Importance of Central Park'),见 New German Critique,1985:34.

斯达利布拉斯、怀特(Stallybrass,P.,White,A.),1986:《政治学与叛逆诗学》(The Politics and Poetics of Transgression),London: Methuen.

斯道斯、特纳(Stauth,G.,Turner,B.S.),1988:《怀旧、后现代主义和大众文化批评》('Nostalgia,Postmodernism and the Critique of Mass Culture'),见 Theory,Culture & Society,1988:5(2-3).

斯拉特(Slater,P.),1973:《法兰克福学派的起源及其重要性》(The Origin and Significance of the Frankfurt School), London: Routledge & Kegan Paul.

斯莱辛格(Schlesinger,P.),1987:《论民族认同》('On National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticised'), Social Science Information,1987:26(2).

斯密斯(Smith,A.),1990:《存在全球文化吗?》('Is There a Global Culture?'),见《理论、文化与社会》(Theory,Culture & Society),1988:7(2-3).

斯密斯(Smith,D.),1988:《历史、地理与社会学:年鉴学派的教训》('History,Geography and Sociology: Lessons from the Annales School'),见 Theory,Culture & Society,1988:5(1).

斯密特(Schmidt,M.),1988:《帕森斯社会行动理论中的文化地位》('The Place of Culture in Parsons's Theory of Social Action'),Paper Presented at the 3rd American German Sociological Theory Conference,Bremen.

斯判诺斯(Spanos,W.),1987:《重复:文学中的后现代境遇》(Repetitions: The Postmodern Occasion in Literature),Baton Rouge: Louisiana State University Press.

斯泰纳(Steiner,G.),1971:《在蓝鸟城堡:文化再定义笔记》(In Bluebeard's Castle: Some Notes Towards the Redefinition of Culture), London: Faber and Faber.

斯特拉顿(Stratton,J.),1989:《后现代主义与通俗音乐》('Postmodernism and Popular Music'),见 Theory,Culture & Society,6(1).

斯温吉伍德(Swingewood,A.),1977:《大众文化的神话》(The Myth of Mass Culture), London: MacMillan.

索贝(Sobel,E.),1982:《生活方式》(Lifestyle),New York: Academic Press.

索罗金(Sorokin,P.),1957:《社会与文化动力学》(Social and Cultural Dynamics), Boston: Porter Saugent.

塔格(Tagg,J.),1985/6:《后现代主义与先锋派的重生》('Postmodernism and the

Born Again Avant-Garde'), Block, 1985/6:11.
汤普逊(Thompson, K.), 1986:《信仰与意识形态》(Beliefs and Ideology), London: Tavistock.
特纳(Turner, B. S.), 1983:《宗教与社会理论》(Religion and Social Theory), London: Heinemann.
特纳(Turner, B. S.), 1986:《平等》(Equality), London: Tavistock.
特纳(Turner, B. S.), 1987:《怀旧笔记》('A Note on Nostalgia'), 见 Theory, Culture & Society, 4(1).
特纳(Turner, B. S.), 1988:《地位》(Status), Milton Keynes: Open University Press.
特纳(Turner, B. S.), 1990:《十年后的支配性意识形态反思》('Introduction: Reflections on the Dominant Ideology Thesis after a Decade'), B. S. Turner 主编: The Dominant Ideology Debate, London: Allen and Unwin.
特纳(Turner, V. W.), 1969:《仪式过程:结构与反结构》(The Ritual Process: Structure and Anti-Structure), London: Allen Lane.
铁雅千(Tiryakian, E. A.), 1978:《涂尔干》('Emile Durkheim'), 见 T. B. Bottomore and B. Nisbet 主编 A History of Sociological Analysis, London: Heinemann.
图雷纳(Touraine, A.), 1985:《社会运动研究导论》('An Introduction to the Study of Social Movements'), 见 Social Research, 1985:52(4).
瓦蒂莫(Vattimo, G.), 1985: La fine della modernita, Milan: Aldo Garzanti Editore.
沃恩(Vaughan, M.), 1986:《知识权力与知识分子的无权》('Intellectual power and the Powerlessness of Intellectuals'), 见 Theory, Culture & Society, 1986:3(3).
沃尔(Wall, D.), 1987:《镜子记号下的奥本海》('Oppenheim under the Sign of the Mirror'), paper presented to the IALP Conference on Postmodernism, Kansas.
韦伯(Weber, M.), 1949:《社会科学与社会政策中的'客观性'》('"Objectivity" in Social Science and Social Policy'), 见 The Methodology of the Social Sciences, Glencoe: Free Press.
韦伯(Weber, M.), 1968:《经济与社会》(Economy and Society, 3 vols), Bedminster Press.
威斯(Weiss, J.), 1986: ''Wiederverzauberung der Welt', Kolner Zeitschrift fur Soziologie und Sozialpsychologie, 27.
维纳(Wiener, M.), 1981:《英语文化与工业精神的下降》(English Culture and the Decline of the Industrial Spirit), Cambridge: Cambridge University Press.

威廉斯(Williams,R. H.),1982:《梦幻世界:十九世纪后期法国的大众消费》(Dream Worlds:Mass Consumption in Late Nineteenth Century France), Berkeley:California University Press.

威廉斯(Williams,R.),1958:《1780-1950的文化与社会》(Culture and Society 1780-1950),Harmondsworth:Penguin.

威廉斯(Williams,R.),1961:《漫长的革命》(The Long Revolution),Harmondsworth:Penguin.

威廉斯(Williams,R.),1976:《关键词》(Keywords), London:Fontana.

威廉斯(Williams,R.),1979:《政治学与字符》(Politics and Letters),London:New Left Books.

威廉斯(Williams,R.),1983:《迈向2000年》(Towards 2000),London: Chatto & Windus.

威廉斯(Williams,R.),1989:《共同文化》('Common Culture')见 Resources of Hope, London:New Left Books.

威廉斯(Williams,R.),1989:《文化是普通的》('Culture is Ordinary'),见 Resources of Hope, London:New Left Books.

威廉逊(Williamson,J.),1986:《消费激情》(Consuming Passions),London:Marion Boyars.

威利斯(Willis,P.),1978:《世俗文化》(Profane Culture),London:Routledge & Kegan Paul.

威尔逊(Wilson,E.),1985:《女人、编织术与艺术》('Women,Knitting and Art'),见 Marxism Today.

温什浦(Winship,J.),1983:《〈选择〉:你现在要生活的方式,或者为高雅女性办的杂志》('Options-For the Way You Want to Live Now,or a Magazine for Superwoman'),见 Theory,Culture & Society,1983:1(3).

沃尔夫(Wolff,J.),1983:《美学与艺术社会学》(Aesthetics and Sociology of Art),London:Allen & Unwin.

沃尔夫(Wolff,J.),1985:《看不见的浪荡子》('The Invisible Flaneuse'),见 Theory, Culture & Society,2(3).

沃尔文(Walvin,J.),1978:《海滨之侧》(Beside the Seaside:A Social History of the Popular Seaside Holiday),London: Allen Lane.

沃勒斯坦(Wallerstein,I.),1974:《现代世界体系·卷一》(The Modern World System

1), New York:Academic Press.
沃勒斯坦(Wallerstein,I.),1980:《现代世界体系·卷二》(The Modern World System II),New York:Academic Press.
沃林(Wolin,R.),1982:《沃尔特·本雅明:美学的拯救》(Walter Benjamin:An Aesthetic of Redemption),New York:Columbia University Press.
沃林(Wolin,R.),1986:《福科的决定论》('Foucault's Decisionism'),见 Telos,1986:67.
乌尔默(Ulmer,G. L.),1984:《后批判的对象》('The Object of Post-Criticism'),见 H. Foster 主编 Postmodern Culture,London:Pluto Press.
乌泰斯(Wouters,C.),1979:《与德·斯旺商榷》('Negotiating with de Swaan'),Amsterdam,mimeo.
乌泰斯(Wouters,C.),1986:《正式化与非正式化:文明化进程中紧张平衡的变迁》,'Formalization and Informalization:Changing Tension Balances in Civilizing Processes'), Theory,Culture & Society,1986:3(2).
乌泰斯(Wouters,C.),1987:《两性之间行为符码的发展:1930－1985 年间荷兰的正式化与非正式化》('Developments in the Behavioral Codes Between the Sexes:The Formalization of Informalization in the Netherlands 1930－1985'), Theory,Culture & Society,1987:4(2－3).
乌泰斯(Wouters,C.),1989:《情感社会学与航班侍从》('The Sociology of Emotions and Flight Attendants:Hochschild's Managed Heart,),见 Theory,Culture & Society,6(2).
希尔斯、杨(Shils,E. ,Young,M.),1953:《加冕礼的意义》('The Meaning of the Coronation'), Sociological Review,1953:1(2).
希弗曼(Silverman,D.),1986:《出售文化》(Selling Culture), New York.
夏皮罗(Schapiro,M.),1961:《风格》('Style'),见 M. Phillipson 主编, Aesthetics Today,London:Meridian Books.
谢尔兹(Shields,R.),1987:《社会空间化与建筑环境:西埃德蒙特广场》('Social Spatialization and the Built Environment:The West Edmonton Mall'),Sussex University,Mimeo.
谢尔兹(Shields,R.),1990:《'快感系统':布莱顿的心理阈限与狂欢》('"The System of Pleasure"; Liminality and the Carnivalesque in Brighton'),见 Theory ,Culture & Society,1990:7(1).

辛普森(Simpson,C.),1981:《索霍:城市里的艺术家》(SoHo:The Artist in the City),Chicago:Chicago University Press.

雅各比(Jacoby, R.),1987:《最后的知识分子》(The Last Intellectuals),New York:Basic Books.

亚历山大(Alexander, J.C.),1988:《文化与政治危机:水门事件和涂尔干社会学》(Culture and Political Crisis:Watergate and Durkheimian Sociology),见亚历山大(J.C. Alexander)主编:Durkheimian Sociology:Cultural Studies),Cambridge:Cambridge University Press.

伊格尔顿(Eagleton,T.),1968:《共同文化观念》('The Idea of a Common Culture'),见 T. Eagleton and B. Wicher 主编,From Culture to Revolution,London.

伊斯顿、郝金斯、勒林与沃尔克(Easton,S., Hawkins,A., Laing,S., Walker,H.),1988:《失序与规训:1550 年以来的通俗文化》(Disorder and Discipline:Popular Culture from 1550 to the Present), London:Temple Smith.

于森(Huyssen, A.),1981:《寻觅传统:八十年代的先锋与后现代主义》('The Search for Tradition:Avant-Garde and Postmodernism in the 1980s'), New German Critique,1981:22.

于森(Huyssen, A.),1984:《描画后现代》('Mapping the Postmodern'),见 New German Critique,1984:33:5－52.

约翰逊(Johnson, R.),1976:《巴林顿·摩尔、佩里·安德森与英国社会发展》('Barrington Moore,Perry Anderson and English Social Development'),Working Papers in Cultural Studies,1976:9.

约翰逊(Johnson, R.),1979:《文化历史,意识形态理论:绝境》('Histories of Culture,Theories of Ideology:Notes on an Impasse'),见 M. Barrett, P. Corrigan,A. Kuhn and J. Wolff 主编,Ideology and Cultural Reproduction, London:Croom Helm.

詹克斯(Jencks, C.),1984:《后现代建筑语言》(The Language of Postmodern Architecture),London:Academy.

詹明信(Jameson, F.),1979:《大众文化的物化与乌托邦》('Reification and Utopia in Mass Culture'),见 Social Text,1979:(1).

詹明信(Jameson, F.),1981:《政治无意识》(The Political Unconscious), Ithaca:Cornell University Press.

詹明信(Jameson, F.),1984a:《后现代主义,或晚期资本主义的文化逻辑》('Postmodernism;or the Cultural Logic of Late Capitalism'),见 New Left Review,146.

詹明信(Jameson, F.),1984b:《后现代主义与消费社会》('Postmodernism and the Consumer Society'),见 H. Foster 主编, Postmodern Culture, London: Pluto Press.
詹明信(Jameson, F.),1984c:《理论的政治》('The Polities of Theory'),见 New German Critique,1984:33.
詹明信(Jameson, F.),1984d:为利奥塔《后现代状况》所写的前言(Foreword to J. F. Lyotard, The Postmodern Condition), Manchester: Manchester University Press.
詹明信(Jameson, F.),1987:《思考后现代主义:一次谈话》('Regarding Postmodernism: A Conversation),见 Social Text,1987:17(Fall).
佐尔伯格(Zolberg, V.),1984:《美国的艺术博物馆:圣殿或免费?》('American Art Museums: Sanctuary or Free-For-All?'),见 Social Forces,63(December).
佐金(Zukin, S.),1982a:《权力武器中的艺术》('Art in the Arms of Power'),见 Theory and Society,1982:11.
佐金(Zukin, S.),1982b:《阁楼之居》(Loft Living), Baltimore: Johns Hopkins University Press.
佐金(Zukin, S.),1987:《权贵聚居区》('Gentrification'),见 Annual Review of Sociology.
佐金(Zukin, S.),1988a:《关于城市形式的后现代争论》('The Postmodern Debate over Urban Form'), Theory, Culture & Society, 1988:5(2-3).
佐金(Zukin, S.),1988b:《阁楼之居》(Loft Living),第二版, London: Hutchinson/Radins.

索 引

（所注页码为边码）

Abercrombie, N. 阿伯克隆比,55,131

academic subjects 学术主题,9—10,11,30

academics 学院,1,4—5,64

academy 学院,30,57,66

Adorno, T. 阿多诺,14,24,30,67

advertising 广告,14—15,25,40,66,74,85—6,87,100

aestheticization of everyday life 日常生活的审美主观,15,24—5,35,38,41,47—8; control of carnivalesque 狂欢的控制,78—81; meaning,意义 68—72; modernite,65,72—8; senses and aspects of 景观与方面,66—8

Alexander, J. C. 亚历山大,121

Allen, J. 艾伦,116

American Sociological Association 美国社会学会,29

Anderson, P. 安德森,53

Annales School 年鉴学派,55

anthropology 人类学,2,84—5,88,128—9,131,139,142

anti-art 反艺术,38,39,66

anti-foundationalism 反基础主义,40—1,65,98,124,140

antinomial qualities 越轨性质,8,78,116

antisociology 反社会学,32

anti-structure 反结构,22

Arac, J. 阿拉克,41,42

arcades 画廊,23,70,73,76—7

Archer, M. 阿切尔,119,131

architecture 建筑,2,5,7,30,36,65,99

aristocracy 特权阶级,20,53,120

art; of body 艺术:身体的,38—9,45—6,66;

institutionalization 制度化,30,38,61,66,123—4; treasures 珍藏,16—17,96,104—6; see also deauraticization; investment; patronage; valorization 也见灵气的消解;投资,庇护,对艺术的补助

artist 艺术家,36; as hero 作为英雄,26,35,47—8,67,77,116; lifestyle 的生活方式,76,108—9; power balance 的权力平衡,60—1,64; subcultures 的亚文化,58,66,72,76,97

artistic movements 艺术运动,1—2,7—11,19,29—31,37—41,66

audiences 观众,5,10,11,60,61,64

authority, cultural practice and 权威,文化实践与,61—4

autodidact 自修者,17,19,20,44,92

autonomy 自主,15,32,43,54,55,87

avant-gardisme 先锋派,7,25,31,36—8,60,66—7,77,108,125

Bakhtin, M.M.巴赫金,79
base-superstructure model 基础—上层建筑模式,6,8,52
Bataille,G.巴塔耶,21—2
Baudelaire, C.波德莱尔,67,70,72—6,104
Baudrillard, J.鲍德里亚,3,5—6,8,15,20,23—4,33,54—8,64—5,67—9,85,99,104,126
Bauman, Z.鲍曼,40,61
Bayley, S.贝利,25
beliefs 信念,113—33,126
Bell, D.贝尔,8—9,78,81,116—20
Bendix, R.本迪克斯,62
Benjamin, W.本雅明,4,23—4,67—8,70,72—6,101,104
Berger, P.伯格,112
Berman, M.,贝尔曼,4,42,57
Bloomsbury Group 布鲁姆斯伯里文化圈,67
body 身体,22,72,79,81,90,120,136;art 艺术,38—9,45—6,66
Bohemians 波希米亚人,7,26,45—6,67,70,75,78—9,114,125
Bourdieu, P.布迪厄,9—10,17—20,35,41,44,60—1,72,84,87—8,90—1,105—6,108,115,125,136
bourgeoisie 资产阶级,34,47
British Sociological Association 英国社会学学会,30
Buck-Morss, S.比克—默斯,73—4
Bürger, P.彪格尔,38
Burnett, J.伯内特,44
Bush, A.布什,44

Campbell, C.坎贝尔,118
capital: accumulation 资本:积累,52,84;logic 逻辑,16,42;see also cultural capital; economic 也见文化资本;经济
capitalism 资本主义,3,6,13—14,18,21—2,28,70,73,121;late 晚期的,4,8,15,52—7,63,131;logie of 的逻辑,15,52—3,64,84,85,87
carnivalesque 狂欢,58,101,119—120,125;control of 的控制,78—81;tradition 传统,22—3,136
Chambers, I.钱伯斯,100
cities 城市,23—4,65,70—8,85
city cultures 城市文化,95—7;cultural capital 的文化资本,105—9;postmodern,后现代的,98—105,109—11
civilizing processes 文明进程,22—3,32,59,78,79,81,145
class, see social class,阶级,见社会阶级
Collins, R.科林斯,141
commodification 商品化,14—15,22,76,121
commodity: fetishism 商品,拜物教,67,73;logic 的逻辑,13,15,53—5,64,85;production,的生产,6,13,55,64;sign,记号,15,53—4,68,85,99;status 的地

位,16—17;world 世界,23—4

common culture,共同文化,129,142—3,145;making of 的组成,133—6;as popular culture 作为大众文化,136—42;thesis 主题,130—3

communitas 共同体,22,132—3

competition 竞争,10—11,42,62,84,87

conspicuous consumption 炫耀型消费,16,20,22

consumer culture 消费文化,22,24—7,54,66—8,70,78;dream-worlds 梦幻世界,68,70,73;and lifestyle 与生活方式,84—7

consumer culture, theories of 消费文化,的理论,26—7;consuming dreams 消费梦幻,21—6;modes of consumption 消费的方式,16—20;production of consumption 消费的生产,14—15

consumer culture and global disorder 消费文化与全球失序,112;cultural disorder 文化失序,122—8;and the sacred 与圣物,113—22

consumer durables 耐用消费品,16

consumer goods 消费商品,13,14,19,20,110,121

consumer society 消费社会,15

consumerism 消费主义,99,113,122

consumers 消费者,10,14,60

consumption 消费,6,34;class and 阶级和,17—19;conspicuous 炫耀性的人 16,20,22;ethic 伦理,114,118;mass 大众的,8,55,67—8,70,83—4,119,122;modes of 的方式,11,16—20;production of 的生产,14—15

Cooke, P. 库克,6,60

counterculture 反文化,21,35,39,41,45,67,68,70,75,86,116,126,141

Cowley,M. 库利,114,118

Crimp, D. 克里普,40

critical theory 批判理论,9,29—30,39,47

crowds 人群,72—6 到处,80

cultural capital 文化资本,18—20,34,43,88—91,96,105—9,117

cultural centres 文化中心,60,61,70,96

cultural change and social practice 文化变迁社会实践,51;authority 权威,61—4;expirmence and practice 经验和实践,57—61;late capitalism 晚期资本主义,52—7

cultural declassification 文化分类的消解,10,13,20,25,57,60—1,63—5,98—9,111,128,141—2

cultural differentiation 文化分化,51,58,69,72,75,87,97,115,145

cultural disorder 文化失序,13,19—20,22—3,103,130;postmodernism 后现代主义的,62,64,122—8

cultural diversity 文化多样性,144—7;

cultural entrepreneurs 文化企业家,5,8,42,80,91

cultural goods 文化商品,5,10,17,19—20,34—5,40,43,60,63,96;economy of 的经济学,84—5,87—94;role 的角

色,53—4
cultural integration 文化整合,119,129,131—2,142,145,146
cultural intermediaries 文化媒介人,2,5,21,42;new 新的,10,19,26,35,40,43—8,60,125
cultural logic 文化逻辑,42,52—7
cultural practice, authority and 文化实践,权威与,61—4
cultural production 文化生产,51,54,63,96
cultural reproduction 文化复制,8,15,34,51,85,101
cultural specialists 文化专家,19,21,66,96,109;and globalization 和全球化,144—6
culture: democratization 文化:民主化,61—3,71,110,115,135,142;depthless 无深度,8,15,24,65,85,98;industries 产业,14,15,24,105—6,107,109;of postmodernism 后现代主义的,7—12;rationalization 理性化的,22,120,121

Dada 达达主义,2,25,37—40,66,97,101
de-auraticization 灵气的消解,67,69,101
de-centred subjects 主词消解,24,31,65,101
de-coding process 信息加工消解,72,76,86,100
decommodification 商品化消解,16—17,121
deconstruction 解构,30,31,40,41
de-differentiation 差别消解,11,51,69,71—2,79
de-distantiation 距离消解,71,72,103
de-industrialization 工业化消解,103,105,107,108
democratization 民主化,61—3,71,110,115,135,142
demonopolization 消解霸权,42,60
department stores 百货商店,23—4,26—7,73,76—7,85,103—4,105
Derrida, J. 德里达,30—1,40,47
desire 欲望,13,69,120
detachment 游离,41,72,75,81
disinterestedness 超然,71,106,117
Disney world 迪斯尼世界,59—60,77,80,101
disorder 失序,25,52,80—1,129,131;ordered 有序,22—3,82,120,136;see also cultural disorder;global disorder 也见文化失序;全球秩序
dissemination 歧视,19,34—6,39—40,43,45,48,62,89
distantiation 距离化,71,72,81,100,103
Douglas 道格拉斯,17—18,54,110,119
drama 戏剧,2,7
dream-world 梦幻世界,23,68,70,72—3,75,77,85,104
dreams 梦幻,13,21—6
Duchamp M. 杜尚,38,66
Durkheim, E. 涂尔干,54,112,120—2,132,134,143,145

eclecticism 折衷主义,7,40,100,101
economic:capital 经济:资本,34,43,88—91,105;development 发展,6;production 生产,21—2;specialists 专家的,10,21,34—7,43,54,64,120
education 教育,10,80—1,102,110—11,126,137,138—9
Elias,N.埃利亚斯,32,45,54—5,59,72,81,115
elitism 精英主义,15,24,43—4,56,62,93,108,111,130,133—4
Elms,R.埃尔姆斯,100
Elwert,G.爱尔维特,85
embodied state 体现的状态,106
emotions:control 情绪:控制,20,24—6,45—6,59,72,78—81,101,105,135;informalization 非正式化,35,45—6,59,81,110,126
everyday life 日常生活,4—5,11;see also aestheticization of everyday life 也见日常生活的审美呈现
证据 evidentiality,51—2
Ewen,S.埃文,26,83
exchange value 交换价值,14,16,53,67,76,85—6
experience 经验,4—5,57—61,63
expressionism 表现主义,79

fairs 博览会,22—3,78—80,101,120,125
fashion 时尚,65,74,83,86—7,115—16
feedback effect 反馈效果,10,11
feudalism 封建主义,53,131—3
fiction 小说,2
figural aesthetic 具像审美,11,69—70,72,74,77,99,124—5
films 电影,2,74
flâneur 游荡者,24,57,70,73,75,97,101,104
Foucault,M.福科,30—1,48,67
foundationalism 基础主义,9,140
Frankfurt School 法兰克福学派,14,15,67
Frisby,D.弗里斯比,4,74—5
Frith,S.弗里斯,26
functionalism 功能主义,99,131
Futurist Movement 未来派运动,37

galleries 美术馆,38,39,96
Geertz,C.格尔茨,139
gentrification 权贵,6,25,36,46,60—1,70,105—9
Giddens,A.吉登斯,28—9,31—2
global disorder 全球失序,112—28
globalization 全球化,2,10,19,93—4,144—7
Gouldner,A.古尔德纳,35
grand narratives 宏大叙事,4,9

Habermas,J.哈贝马斯,28,30—1,69,75,76
habitus 秉性,18—20,44,84,90,101,109
Harvey,David 哈维,大卫,107

Hassan, Ihab 哈桑,伊哈贝,36—7,40
helping professions 帮助职业, 44, 45, 108,126
high culture 高级文化, 7, 14—15, 17, 25—6,39,45,55—6,88,92,94
history 历史,31—3,40—1,52—3,58—9,65,110;see also nostaligia 也见怀旧
Horkheimer, M. 霍克海默,14,24
Horne,H. 霍思,26
humanities 人文科学,11,59,140
Hutcheon, L. 哈琼,2,48
hyperreality 超现实,65,68—9,99
hyperspace 超空间,5,33,60

identity 认同,11,21,63,79,115,142
images 影像, 72, 97; in consumer culture 在消费文化中,15,21—6;media 媒体, 54—5,65,67—70,85,96; social practice 社会实践, 54, 55, 62; transformation of reality 现实的变形,5,42,57—8,65,124
immediacies 直接性,24,38,69,103,124
immersion 投入, 24, 65, 71—2, 75, 80, 81,140
individualism 个人主义,21,24,57,101
individuality 个体性,60,86—7,114—16
industrialism 工业主义, 6, 25, 28, 54, 73—4
inflation 通货膨胀,13,19,88)9,122
informalization process 非正式化过程, 35,45—6,59,81,110,126
information 信息, 3, 6, 17—18, 19, 33, 126—7
inner city areas 城市中心, 25, 46, 70, 107,108
instantiation 瞬间,71,103
instrumental rationality 工具理性,14,31,86
intellectual: fields 知识: 场域, 36—43; knowledge 知识,4,19,41,43,62,90,91
intellectuals 知识分子,4—5,10,56—7,61,89—90,140—1; new 新的,44—5,60,91—4,128; para-准,1,2,11,19,40—1,109
intensities 强度,5,24,45,58,65,74,124
investment 投资,6,46,96,106—7,108,110
involvement 卷入,41,72,75,81
Isherwood,B. 伊舍伍德,17—18,54,110

Jacoby,R. 雅各比,61
Jameson,F. 詹明信,4—5,8—9,15,36,42,48,52—9,61—3,65,67—8,74,85
Jencks,C. 詹克斯,36—7
Johnson,R. 约翰逊,53
Jugendstil movement 青年先锋运动,75,116

Kant,I. 康德,71,135
Kaplan,E. A. 卡普兰,69
Kauffmann,R. L. 考夫曼,47
Kellner,D. 科尔纳,9
knowledge 知识,3; intellectual 知识分子

的,4,19,41,43,62,90,91;local 地方的,33,124,126,128,140;and postmodernism 和后现代主义,31—3,41
Kroker,A. 科洛克尔,85

landscape art 风景艺术,38,100
Langer, D. 朗格尔,29
language 语言,3,61,69—70,143
Lash,S. 拉什,2,11,69,70,71,72
learning mode 学习方式,19,44,60,91,92
Leavis,F.R. 利维斯,133
Lefebvre, H. 列菲伏尔,14,15,67,68,103
Leiss, W. 莱斯,54,86,88
leisure 闲暇,13,14,96—8,101,103,113
Levine,L. 莱文,137—8
life:stylization of 生活:风格化的,35,46,48,65,77,86,90,95,97,105—9,116;as work of art 作为艺术品,66—7,68
lifestyle 生活方式,18—19,26;postmodern, see city cultures; social space of 后现代,也见城市文化;社会空间,87—94
lifestyle and consumer culture 生活方式与消费文化,83—7;economy of cultural goods 文化商品的经济学,87—94
liminal space 限制空间,22,60,64,73,76,79,80,120,125
literature 文学,2,7,36—7
logic:of capital 逻辑:资本的,16,42;of capitalism 资本主义的,15,52,53,64,84,85,87;commodity 商品的,13—15,53—5,64,85;cultural 文化的,42,52—7;of modernism 后现代主义的,8
Luckmann,T. 卢克曼,112
Lukács,G. 卢卡奇,14,15,48,67
Lyotard,J.F. 利奥塔,3—4,9,30—1,36,56,61,69,77,124,140

McGregor,C. 麦克格里格,138
Maffesoli,M. 马费索里,101
Malraux,A. 马尔罗,26,139
management 管理,44,45,46
Mandel,E. 曼德尔,8,52
Marcuse,H. 马尔库塞,68
maker goods 商品制造者,17,18,19
Marsden,O.S. 马斯登,115
Martin,B. 马丁,92
Marx,K. 马克思,14,15,54,67,73
Marxism 马克思主义,43,52,62,85,140
Marxist utopia 马克思主义乌托邦,8,48,62
mass consumption 大众消费,8,55,67—8,70,83—4,119,122
mass popular culture 大众/通俗文化,10,96,134—5;as consumer culture 作为消费文化,13—15,24—6,86;and everyday life 和日常生活,66,72—4;vs high culture 与高雅文化,7,15,25—6,39,45,55—7,64;and postmodernism 和后现代主义,136—42
mass production 大众生产,24,84,85
master narratives 主导叙事,51,56

materialism 唯物主义,15,68,84—5,122
media 媒介,5,14—15,20,23,44—5,66,74,142; images 影像,54—5,65,67—70,85,96; see also television 也见电视
meta-narratives 元叙事,31—4,40,51,55,98,124,127,140
middle class 中产阶级,141; aestheticization of everyday life 日常生活的审美呈现,71,74—5; and consumer culture 和消费文化,20—1,23,25—6,120; control of carnivalesque 狂欢的控制,78—81; new 新的,34—5,43—6,48,59,107—11,125,135,137
modern, definitions and interpretations 现代,定义与解释,1—12
modernism, culture of 现代主义,的文化,119—21
modernité 现代性,4,65,70,72—8
modernity, culture of 现代性,的文化,28,29,31
modernization 现代化,4,22,42
monopolization 垄断化,10,34,42,84,87,118,141
monopoly capitalism 垄断资本主义,8,52—3
montage 蒙太奇,40,60,101,102,139
Moore, G. E. 摩尔,67
moral consensus/integration 道德共识/整合,132
morality 道德,31,40,51,78
MTV 音乐电视,5,20,69,124,127
multiphrenic intensities 多重刺激,5,45,65
museums 博物馆,24,30,38—9,60,66,70,96,102—3
music 音乐,2,7,23,26,30,39,80,92—3

naming strategy 命名策略,10,37,61
nationstates 民族国家,6,63,123,142,145,147
neurasthenia 神经衰弱,74,115
Nietzsche F. 尼采,40,84,85
normativity 规范性,33
nostalgia 怀旧,48,55—6,57,85,97,103

O'Neill, J. 奥尼尔,8,62
orientations 取向,21,63,102,144
otherness 他者,5,9,79,82,87,120,123,127—8,137,142

painting 绘画,7
para-intellectuals 准知识分子,1,2,11,19,40—1,109
Parsons, T. 帕森斯,131,132
pastiche 模仿,20,26,57,62
patronage 庇护制,40,60,141
periodization 阶段化,3—4,8,52
petit bourgeois: new 小资产阶级,21,36,43,60,84,90—4,125; values 价值,21,46,48,75
phantasmagoria 梦幻世界,23,70,73—4,104
philosophy 哲学,2
photography 摄影,2,40

pleasure 快感,8,71,96—7;consumer culture 消费文化的,13,21—6;hedonism 快乐论,8,20,44,59

poetry 诗,7

polyculturalism 多元文化主义,40,94,123,128

popular culture, see mass/popular culture 通俗文化,见大众/通俗文化

popularization 大众化,19,64,91,92,93

populism 民粹主义,13,24,61,102—3

positional goods' 地位商品,18,88—9

postmodern:culture, see sociology of 后现代:文化,见社会学

postmodern culture; definitions and interpretations,后现代文化,定义与解释,1—12; lifestyles, see city cultures 生活方式,见城市文化

postmodernism: as cultural change, see cultural change and social practice; as cultural disorder,后现代主义:作为文化变迁,见文化变迁和社会实践;作为文化失序 122—8; definitions and interpretations,定义与解释 1—3, 7—12; experience and practice,经验与实践,57—61; globalization process,全球化进程 144—5, 147; turn to 转向,136—42

postmodernism in sociology 社会学中的后现代主义, 28—35; and aestheticization of life,与日常生活的审美呈现,47—8; centres of 的中心, 43—7; development of 的发展, 36—43

postmodernity 后现代性,3—5

postmodernization 后现代化,6, 36

post-structuralism 后结构主义, 29, 30, 31, 41

power balance 权力平衡,20,32,53,60—4, 115; shift 的转移, 10—11, 43, 47, 116, 123

practice 实践, 52—64

production 生产, 6, 11, 16—18, 34, 62; of consumption 消费的, 14—15; cultural 文化的, 51,54,63,96;mass 大众的, 24, 84, 85

publics 公众, 5, 10, 11, 14, 42, 60, 64

rationalism 理性主义, 28, 31, 48

reality 现实, 15, 55, 71, 73, 74; hallucination of 魔幻, 24, 33, 54, 69, 85, 99; hyper,超- 65, 68—9, 99; imaginary and 想像的与, 68—9, 85—6; transformation of 的变形, 5, 42, 57—8, 65, 124

Reay, B.雷伊,119

Reddy, W.M.雷迪,54

reductionism 还原论, 28,52,87

relativism 相对主义, 9, 29, 32, 41, 139

religion 宗教, 6, 28, 62, 132; consumer culture and the sacred 消费文化与神圣, 112—22, 126

ritual 仪式, 121—2, 127, 132—3

Robbins, D.罗宾斯, 71

Robertson, R.罗伯逊,10

Romantics 浪漫故事,26,35,41,45,48,

125,141
Rorty,R.罗蒂,67

Sahlins,M.萨林斯,54
schizophrenia 精神分裂,42,45,58,74,124
Schudson,M.舒德逊,138—9
science 科学,6,31,51,62,140
self-control 自我控制,24—5,45,126
Sennett,R.塞内特,77
service class 服务阶段,6,35,43,125
Shils,E.希尔斯,132
shopping centres 购物中心,103—4,105,110
signification 涵意,41,51,63,65; figural regimes 形象的领域,11,69—72,74,77,99,124—5
signifiers 能指,5,54—5,58,68,74; floating 飘浮的,15,24,65,85
signs 记号,6,20,63,75—6; commodity 记号商品,15,53—4,68,85,99; liquefaction 的液化,15,24,65
sign-value 记号一价值,67
Simmel,G.齐美尔,4,26,71—2,74—6,87,101,104,111,115—16
simulational worlds 仿真世界,5,6,15,33,54,57,60,68—70,77,85,99,101—4
social bonds 社会约束,8,13,56,78,117,119—20
social change 社会变迁,1,31—2,62
social class 社会阶级,17,21,33,43,57—8,63; habitus 的秉性,18—20,44,84,90,101,109; taste and 品味和,18,20,26—7,44,83,86—91,136—8
social order 社会秩序,3,6,8—9,52,129,131
social practice 社会实践,52—7,63
social relationships 社会关系,17—18,63,130—1
social sciences 社会科学,11—12,59,126—8,130—1,141
social space 社会空间,20,84,87—94
social totality 社会整体,3,6,8—9,31,42,52,58—9
socialism 社会主义,62,134,140
sociology 社会学,2,6,9,129,130,131
sociology of postmodern culture: development of postmodernism 后现代文化的社会学;后现代主义的发展,36—43; new intermediaries 新的媒介人,43—7; and aestheticization of life 和日常生活的审美呈现,47—8; postmodernism in sociology 社会学中的后现代主义,28—36
socio-spatial relations 社会一空间关系,6,107
SoHo, New York 纽约索霍区,36,46,61,108
Sontag, S.桑塔格,38
Sorokin, P.索罗金,131
Spanos, W.斯潘诺斯,36—7
spatial effects 空间效果,6,60

specialists: cultural 专家：文化的，19，21，66，96，109，144—6；economic 经济学，10，21，34—7，43，54，64，120；symbolic 符号的，10，32，35—6，41—3，45—6，48，55，57，61—2，64，75，114，116—18，120，123，125—30，133
Stallybrass，P. 斯达利布拉斯，78—9，80—2
state formation 国家形成，59，120，121，142，146
Stauth，G. 斯道斯，56
strollers 闲逛者，23—4，57，70，72—5，97，101，104
structuralism 结构主义，19，29
structuration theory 结构理论，29，84
stylization of life 生活的风格化，35，46，48，65，77，86，90，95，97，105—9，116
subcultures 亚文化，58，66，72，76，97
sumptuary laws 消费限制法，17，115
Surrealism，超现实主义 25，37—8，66，69，79，97，101
Susman，W. 萨斯曼，115
symbolic: capital 符号：资本，18，20，36；goods 商品，9—11，13，16—17，19，21，24，34—5，41，43—5，60，62—3，90，126；hierarchies 等级，10，25—6，35，43，56，60—1，64—5，70，80，98，102，104，106，109—10，128，130，137，139，141，147；production 生产，10，32，34，37，39，42—5，84；services 服务，60，90；specialists，see specialists 专家，见专家
taste 品味，35，39—40，76，77，93，135—6；class and 阶级和，18，20，26—7，44，83，86—91，136，8；consumer culture 消费文化，16—18，20，25；sensations，感官，67，70，71，72，78
technology，技术，3，6，17，52，64，135
television 电视，5，20，44—5，54，57—8，69，74，85，92—3，99，121—2，124，126—7
Thatcherism 撒切尔主义，21，36，46，61
theme parks 主题公园，23—4，59—60，70，77，80，101—2，103，105
Thompson，E. P. 汤普逊，53
time 时间，5，18，42，57，65，74，124
tourism 旅游，60，96，101，102—3
transgressive qualities 反叛性质，22，24，78—9，116
truths 真理，31，40
Turner，B.S. 特纳，56
Turner，V. W. 特纳，22

Ulmer，G. L. 乌尔姆，47
unemployment 失业，107，125
universalism 普遍主义，3，41，61，140，141
universalizations 概括，31，33，128
urban culture centres 城市文化中心，60，70，96
urban landscape 城市景观，23，100，116
urban spaces 城市空间 23—4，65，72，

urbanization 城市化，6
use-value 使用价值，14，67，76，85，99
usurpation 颠覆，34，42，43
utilities 功利，53，84—5，103，121

valorization 对艺术补助，34，43，47—8
value-hierarchy 价值等级，94，99
Vattimo，G. 瓦蒂莫，33

war culture 战争文化，28，40
Weber，M. 韦伯，14，51，62，69，75—6，112，118，119
White，A. 怀特，78—9，80—2
Williams，R. 威廉斯，21，85—6，130，133—6
Wlison，E. 威尔逊，139
Wolff，J. 沃尔夫，57，75
work ethic，工作伦理，8，78，81，112，118，119
working class 工人阶级，90，107，136—7
Wouters，C. 乌泰斯，45，47，59

Young，M. 扬，132
youth subcultures 青年亚文化，100—1

Zubkin，S. 佐金，6，36，46，60，108